

**PENGARUH PRODUK, PELAYANAN, DAN RELIGIUSITAS  
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN JASA BANK  
SYARIAH**

**(Studi Pada BNI Syariah Bandar Lampung)**



**Skripsi**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam

**Oleh**

**VIKA AULISIA**

**NPM: 1351020055**

**Program Studi: Perbankan Syariah**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN  
LAMPUNG  
1439/2017**

**PENGARUH PRODUK, PELAYANAN, DAN RELIGIUSITAS  
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN JASA BANK  
SYARIAH**

**(Studi Pada BNI Syariah Bandar Lampung**

**Skripsi**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)

Dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam



**Pembimbing I : Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.S.I**

**Pembimbing II : Dr. Hj. Heni Noviarita, M.Si.**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN**

**LAMPUNG**

**1439/2017**



## ABSTRAK

Perkembangan dunia perbankan syariah tidak lepas dari peran para nasabah yang memberikan kepercayaan terhadap pihak perbankan untuk penyimpanan asset keuangannya. Fungsi dari perbankan secara umum dalam hal penghimpunan dana dari masyarakat kemudian akan disalurkan kepada pihak yang defisit dan memerlukan dana sehingga dalam fungsi ini dana yang disimpan masyarakat akan lebih produktif dan bermanfaat. Fungsi tersebut juga menjadi hal yang menarik bagi para investor untuk mendirikan sebuah bank dengan konsep syariah, di mana dana yang disimpan tidak semata-mata untuk mendatangkan keuntungan tapi juga ada nilai religiusitas di dalamnya. Ada berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah, dalam penelitian ini, peneliti meneliti tiga variabel yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah, yaitu produk, pelayanan, dan religiusitas.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh produk, pelayanan, dan religiusitas terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah. Peneliti menguji variabel-variabel tersebut yang diduga berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif yang memiliki tiga variabel independen, yaitu produk, pelayanan, dan religiusitas. Dan keputusan sebagai variabel dependen. Data yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 90 responden dengan teknik *accidental sampling*, sedangkan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menggunakan kuesioner dan studi kepustakaan. Kemudian teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, uji statistik dan uji regresi linier berganda.

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan, bahwa secara uji individual (uji T test) variabel produk berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan nasabah, variabel pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah, dan religiusitas juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah. Berdasarkan uji statistik menghasilkan bahwa produk, pelayanan, dan religiusitas secara bersama-sama (simultan atau F test) memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah. Produk, Pelayanan dan Religiusitas secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan  $F_{hitung}$  86.942 dengan signifikansi 0,000, lebih kecil dari 0,05. Kemudian hasil dari adjust R square ( $R^2$ ) yang diperoleh 0,743 (74,3%). Hal ini berarti produk, pelayanan, dan religiusitas berpengaruh positif dan mempengaruhi 74,3% keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah. Sedangkan sisanya sebesar 25,7% dijelaskan variansinya oleh variabel lain di luar model.





**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN**  
**LAMPUNG**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**Alamat: Jl. Letkol. H. Endro Suratmin Sukarama Bandar Lampung (0721)703260**

**PERSETUJUAN**

**Judul Skripsi : PENGARUH PRODUK, PELAYANAN DAN RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN JASA BANK SYARIAH**

**Nama : VIKA AULISIA**

**NPM : 1351020055**

**Jurusan : Perbankan Syariah**

**MENYETUJUI**

**Untuk dimunaqasyahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqasyah**

**Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung**

**Pembimbing I,**

**Pembimbing II,**

**Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.S.I**  
**NIP. 198008012003121001**

**Dr. Hj. Heni Noviarita, M.Si**  
**NIP. 196511201992032002**

**Mengetahui**

**Ketua Jurusan Perbankan Syariah**

**Ahmad Habibi, S.E., M.E.**  
**NIP. 197905142003121003**





**KEMENTERIAN AGAMA UNIVERSITAS ISLAM  
NEGERI RADEN INTAN  
LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**Alamat : Letkol Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung telp (0721) 703260**

**PENGESAHAN**

**Skripsi dengan judul: "PENGARUH PRODUK, PELAYANAN DAN  
RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN  
JASA BANK SYARIAH ( studi pada BNI Syariah Bandar Lampung )"**

**disusun oleh: VIKI AULISIA, NPM: 1351020055, Program Studi: Pebankan  
Syariah, telah diujikan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Islam UIN Raden Intan Lampung, pada hari Selasa, 24 Oktober 2017.**

**TIM MUNAQASYAH**

**Ketua : Dr. Moh. Bahrudin, M.A.**

**Sekretaris : Ulul Azmi, M.S.I**

**Penguji I : Syamsul Hilal, M.Ag.**

**Penguji II : Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.S.I**

**Mengetahui**

**Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**Dr. Moh. Bahrudin M.A  
NIP.195808241989031003**



## MOTTO

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَى وَيَنْهَى عَنِ الْفَحْشَاءِ  
وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

Artinya:

“Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran”. (QS. An-Nahl (16): 90)<sup>1</sup>



---

<sup>1</sup>Depag RI, Al-Qur'an Tajwid dan Terjemah, ( Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2012), Q.S An-Nahl 16:90.

## PERSEMBAHAN

1. Alm ayahanda Drs.Eko Yuli Winarno yang telah mengasuh, mendidik, menasehati, memotivasi, dan selalu mencurahkan kasih sayang nya kepada saya, semoga bapak bisa ikut berbahagia atas selesainya skripsi saya, semoga ini bisa menjadi hadiah terindah.
2. Ibunda Yuvita Evliana tercinta yang telah melindungi, mengasuh, menyayangi dan mendidik saya hingga dewasa, yang telah memberikan pendidikan terbaik, yang telah mencurahkan kasih sayangnya, waktunya, serta senantiasa mendo'akan dan sangat mengharapkan keberhasilan saya. Dan berkat do'a restu ibu, penulis dapat menyelesaikan kuliah dan skripsi ini, semoga semua ini bisa menjadi hadiah terindah untuk ibu.
3. Adikku tersayang Dita Adistia, yang selalu mendukung, memotivasi dan memeberi keceriaan dalam keluarga.
4. Almamater tercinta, tempat menimba ilmu UIN Raden Intan Lampung.

## **RIWAYAT HIDUP**

Penulis dilahirkan di Bandar Lampung, pada tanggal 15 Mei 1995, dengan nama lengkap Vika Aulisia, anak dari pasangan alm bapak Drs. Eko Yuli Winarno dan ibu Yuvita Evliana. Penulis merupakan anak pertama dari dua bersaudara.

1. SDN 3 Campang Raya ( tahun 2007 ).
2. Pendidikan lanjutan di selesaikan di Pondok Pesantren Diniyyah Putri Lampung (tahun 2010).
3. Pendidikan Sekolah Menengah Atas diselesaikan di Pondok Pesantren Diniyyah Putri Lampung ( tahun 2013).
4. Untuk selanjutnya pada tahun 2013 penulis melanjutkan pendidikan di Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan lampung, mengambil program studi Perbankan Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Selama masa perkuliahan penulis pernah mengikuti organisasi yang bernama Raden Intan Sharia Economic Forum atau yang lebih dikenal dengan UKMF RISEF dan UKM Bahasa.

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT. Yang telah melimpahkan rahmat serta karunia-Nya, berupa ilmu pengetahuan, kesehatan, dan petunjuknya, sehingga skripsi yang berjudul *“Pengaruh Produk, Pelayanan, dan Religiusitas terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Bank Syariah”* dapat terselesaikan.

Shalawat serta salam tak lupa pula penulis sanjungkan kepada Nabi Muhammad SAW, para sahabat dan pengikutnya yang setia.

Skripsi ini ditulis sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi pada program Strata satu (S1) jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Raden Intan Lampung guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E). Atas bantuan semua pihak dalam proses penyelesaian Skripsi ini tak lupa saya ucapkan terima kasih sedalam-dalamnya, secara rinci ucapan terima kasih ini saya sampaikan kepada:

1. Prof. Dr. H. Moh. Mukri, M.Ag., selaku rektor UIN raden Intan Lampung yang selalu memotivasi mahasiswa untuk menjadi pribadi yang berkualitas dan menjunjung tinggi nilai-nilai Islam.
2. Bapak Dr. Moh. Bahrudin, M.A. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN raden Intan Lampung yang selalu tanggap akan kesulitan mahasiswa.

3. Bapak Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.S.I. yang telah banyak meluangkan waktu dalam membimbing, mengarahkan, dan memotivasi hingga Skripsi ini selesai.
4. Ibu Dr. Heni Noviarita, M.Si. selaku Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu dalam membimbing, mengarahkan, dan memotivasi hingga Skripsi ini selesai.
5. Bapak Ibu Dosen serta Civitas Akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Raden Intan Lampung.
6. Bapak M.Taufik Dwinanto, selaku oprational Manager PT.Bank BNI Syariah kantor cabang Tanjung Karang dan jajaran para Bankir di BNI Syariah yang telah meluangkan waktunya dan kesedianya untuk penelitian Skripsi ini.
7. Paman, bibi, nenek, sepupu-sepupu kecilku dan sanak saudara saya yang telah begitu banyak membantu, baik berupa materil maupun non-meteril, yang telah penulis anggap sebagai orang tua sendiri, yang selalu sabar, memberi semangat, dukungan, dan do'a sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
8. Sahabat-sahabatku Sinta Anggraeni, Sriyanti dan Ulfah Muharramah yang telah telah menjadi sahabat yang baik, yang selalu memotivasi, memberi semangat, dukungan, serta membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
9. Sahabat seperjuangan Perbankan Syariah angkatan 2013, khususnya kelas C, yang selalu memberikan semangat dalam kegiatan perkuliahan



khususnya dalam penulisan skripsi ini. sungguh mahal dan berharganya dukungan yang telah mereka berikan dan tiada ternilai, semoga mereka selalu mendapatkan rahmat dan hidayah dari Allah SWT, dan Semoga kita semua dapat menjadi alumni yang bermanfaat dan senantiasa menjunjung tinggi nilai-nilai Islam

Penulis Menyadari Bahwa Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, hal itu tidak lain karena keterbatasan penulis. Untuk kiranya para pembaca dapat memberikan saran yang membangun guna melengkapi skripsi ini.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan peneliti berikutnya untuk perkembangan ilmu khususnya ilmu Perbankan Syariah.

Bandar Lampung, 11 September 2017



Vika Aulisia  
NPM: 1351020055

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
ABSTRAK.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	iii
PENGESAHAN .....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN .....	vi
RIWAYAT HIDUP.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xvi

### BAB I : PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul .....	1
B. Alasan Memilih Judul .....	3
C. Latar Belakang Masalah .....	3
D. Rumusan Masalah .....	9
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	10
F. Metode Penelitian.....	11

### BAB II : LANDASAN TEORI

A. Bank Syariah.....	16
1. Pengertian Bank Syariah.....	16
2. Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional .....	17
3. Dasar Hukum Bank Syariah.....	20
4. Sistem Oprasional Perbankan Syariah.....	21
B. Strategi Pemasaran Jasa .....	24
1. Pengertian jasa .....	24
2. Karakteristik Jasa.....	24
3. Perencanaan Strategi Jasa .....	25
4. Promosi Jasa .....	26
C. Produk.....	27
1. Pengertian Produk.....	27
2. Ciri-ciri Produk.....	28
3. Jenis-jenis Produk.....	31
4. Produk-produk perbankan syariah.....	33
D. Pelayanan.....	42
1. Pengertian Pelayanan .....	42
2. Kualitas Pelayanan jasa dalam perspektif Islam .....	42

3. Karakteristik Pelayanan dalam pandangan islam .....	43
4. Dimensi-dimensi kualitas pelayanan .....	45
E. Religiusitas .....	49
1. Pengertian Religiusitas.....	49
2. Religiusitas dalam Al-Qur'an.....	52
3. Dimensi-dimensi religiusitas .....	53
F. Keputusan Pembelian.....	55
1. Teori pengambilan keputusan .....	55
2. Pengertian keputusan pembelian .....	57
3. Proses keputusan pembelian.....	58
G. Penelitian Terdahulu.....	61
H. Kerangka Pemikiran .....	63
I. Hipotesis.....	64

### **BAB III : METODE DAN TEKNIK PENELITIAN**

A. Jenis dan sifat penelitian.....	66
1. Jenis Penelitian .....	66
2. Sifat Penelitian .....	67
B. Sumber data.....	68
1. Data Primer .....	68
2. Data Sekunder .....	69
C. Teknik Pengeumpulan Data .....	69
1. Kuesioner .....	69
2. Observasi.....	71
3. Wawancara .....	71
4. Analisis Dokumen .....	72
D. Variabel Penelitian dan Oprasional variabel .....	72
E. Populasi dan Sampel.....	73
1. Populasi.....	73
2. Sampel.....	74
F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data .....	75

### **BAB IV : HASIL PENELITIAN**

A. Deskripsi Objek Penelitian .....	82
1. Gambaran Umum BNI Syariah .....	82
2. Visi dan Misi BNI Syariah.....	83
3. Struktur Kepengurusan BNI Syariah .....	84
4. Struktur dalam organisasi.....	84
5. Produk dan Layanan BNI Syariah .....	86
6. Strategi Pemasaran BNI Syariah .....	93
B. Gambaran Umum Responden .....	96
C. Gambaran Distribusi Jawaban Responden .....	100
D. Analisis Data.....	105

1. Uji Validitas .....	105
2. Uji Reliabilitas .....	107
3. Uji Asumsi Klasik .....	108
4. Alat Uji Hipotesis .....	111
E. Pembahasan .....	116
1. Pengaruh produk terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah .....	116
2. Pengaruh pelayanan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah .....	120
3. Pengaruh religisitas terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah .....	125
4. Produk, pelayanan dan religiusitas berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah .....	128

## **BAB V : PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	137
B. Saran .....	139

## **DAFTAR PUSTAKA LAMPIRAN-LAMPIRAN**



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perkembangan perbankan syariah di Indonesia.....	4
Tabel 2.1	Perbedaan Bank Syariah dan Bank Konvensional.....	20
Tabel 2.2	Penelitian terdahulu.....	61
Tabel 4.1	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	96
Tabel 4.2	Karakteristik responden berdasarkan pendidikan.....	97
Tabel 4.3	Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan.....	97
Tabel 4.4	Sumber informasi tentang BNI Syariah.....	98
Tabel 4.5	Alasan menjadi nasabah BNI Syariah.....	99
Tabel 4.6	Deskripsi jawaban responden tentang produk.....	100
Tabel 4.7	Deskripsi jawaban responden tentang pelayanan.....	101
Tabel 4.8	Deskripsi jawaban responden tentang religiusitas.....	102
Tabel 4.9	Deskripsi jawaban responden tentang keputusan nasabah.....	103
Tabel 4.10	Uji validitas variabel X1 (produk).....	105
Tabel 4.11	Uji validitas variabel X2 (pelayanan).....	106
Tabel 4.12	Uji validitas variabel X3 (religiusitas).....	106
Tabel 4.13	Uji validitas variabel Y (keputusan).....	107
Tabel 4.14	Uji reliabilitas.....	108
Tabel 4.15	Uji Kolmogorov smirnov.....	109
Tabel 4.16	Uji Multikolinieritas.....	110
Tabel 4.17	Uji Heteroskedastisitas.....	111
Tabel 4.18	Hasil uji regresi liner berganda dan persamaan regresi.....	111
Tabel 4.19	Hasil uji regresi berganda.....	115

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Pengelolaan dana.....	23
Gambar 2.2	Hubungan antara Bank syariah dan nasabah.....	23
Gambar 2.3	Kerangka pemikiran.....	63
Gambar 4.1	Struktur Organisasi BNI Syari'ah.....	85



## DAFTAR LAMPIRAN

1. Dokumentasi foto
2. Uji SPSS
3. Surat pengajuan riset
4. Surat balasan riset
5. Kuesioner
6. Data hasil kuesioner
7. T tabel
8. F tabel
9. R tabel
10. Blangko Konsultasi



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Penegasan Judul

Sebelum penulis menguraikan pembahasan lebih lanjut, terlebih dahulu akan dijelaskan istilah dalam skripsi ini demi menghindari kekeliruan bagi pembaca yang tertuang dalam penegasan judul. Untuk menghindari kesalahan tersebut diperlukan adanya pembatasan arti kalimat dalam skripsi ini dengan harapan memperoleh gambaran yang jelas dari makna yang dimaksud. Adapun judul skripsi yang dimaksud adalah

**“PENGARUH PRODUK, PELAYANAN, DAN RELIGIUSITAS  
TERHADAP KEPUTUSAN NASABAH MENGGUNAKAN JASA  
BANK SYARIAH (Studi pada BNI Syariah Bandar Lampung)”**

Adapun istilah-istilah tersebut adalah:

##### 1. Produk:

Produk adalah sesuatu yang dapat di tawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dipakai, dimiliki, atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.<sup>1</sup>

##### 2. Pelayanan:

Pelayanan atau *service* adalah alat pemuas kebutuhan yang tidak berwujud, prestasi yang dilakukan atau dikorbankan untuk memuaskan permintaan atau kebutuhan pihak lain.

---

<sup>1</sup> Philp, Kotler, Dasar-Dasar Pemasaran: Jilid 2, ( Jakarta: Prenhallindo, 1997), h. 24.



### 3. Religiusitas:

Sikap seseorang individu dalam menyikapi sebuah agama, akan tetapi lebih dalam dari itu merupakan sikap dan perilaku seseorang secara menyeluruh terhadap agama atau aliran yang diyakininya.<sup>2</sup>

### 4. Keputusan :

Sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternatif, membuat keputusan membeli dan perilaku setelah membeli yang dilalui oleh pelanggan atau konsumen bank.<sup>3</sup>

### 5. Jasa:

Setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksi jasa bisa berkaitan dengan produk fisik atau sebaliknya.<sup>4</sup>

Maksud dari judul penelitian ini adalah kegiatan penelaahan suatu pengaruh baik atau buruknya suatu produk, pelayanan dan religiusitas yang dirasakan nasabah untuk menentukan keputusan mereka dalam menggunakan jasa bank syariah di BNI Syariah Bandar Lampung.

---

<sup>2</sup>Asraf, "Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan menyimpan dana di bank muamalat Indonesia cabang pasaman barat dengan religiusitas sebagai variabel moderator", *e-journal apresiasi ekonomi*, vol 2 nomor 1 (Januari 2014). h. 63.

<sup>3</sup> Trisera Reny Hapsari dkk, "Kualitas Produk dan bagi hasil terhadap keputusan nasabah dalam menabung pada Bank Muamalat Indonesia Syariah (Studi kasus pada Kantor Kas Baiturrahman Bank Muamalat Indonesia Syariah Semarang). h. 3

<sup>4</sup> Danang Sunyoto, *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran* ( Yogyakarta: CAPS, 2012), h.

## **B. Alasan Memilih Judul**

Adapun yang menjadi alasan penulis memilih dan menetapkan judul ini adalah sebagai berikut:

### **1. Alasan Objektif**

Secara objektif, penulis meneliti judul skripsi ini karena penulis melihat bahwa produk yang dimiliki BNI Syariah sangat beragam, pelayanan yang diberikan sangat baik, dan tujuan awal didirikan bank syariah ini untuk kaum muslim agar dapat menerapkan prinsip syariah dalam kehidupan sehari-hari, sehingga peneliti ingin mengetahui apakah variabel produk, pelayanan dan religiusitas memiliki pengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah di BNI Syari'ah Bandar Lampung.

### **2. Secara Subjektif**

Pembahasan ini sangat relevan dengan disiplin ilmu pengetahuan yang penulis pelajari di Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Jurusan Perbankan Syari'ah serta tersedianya literatur ataupun sumber lainnya seperti jurnal, artikel dan data yang diperlukan untuk penunjang referensi kajian dan data dalam usaha menyelesaikan karya ilmiah ini.

## **C. Latar Belakang**

Perkembangan dunia perbankan syariah tidak lepas dari peran para nasabah yang memberikan kepercayaan terhadap pihak perbankan untuk menyimpan aset keuangannya. Fungsi dari perbankan secara umum dalam hal penghimpunan dana dari masyarakat kemudian akan disalurkan kepada

pihak yang defisit dan memerlukan dana sehingga dalam fungsi ini dana yang disimpan masyarakat akan lebih produktif dan bermanfaat. Fungsi tersebut juga menjadi hal yang menarik bagi para investor untuk mendirikan sebuah bank dengan konsep syariah, di mana dana yang disimpan tidak semata-mata untuk mendatangkan keuntungan tapi juga ada nilai religiusitas di dalamnya.

Dukungan Pemerintah terhadap perkembangan perbankan syariah diwujudkan ke dalam UU Perbankan Syariah tahun 2008. Sampai dengan Agustus 2017, jumlah jaringan kantor perbankan syariah semakin bertambah, dari tahun ke tahun, berikut ini adalah statistik perkembangan perbankan syariah di Indonesia.

Tabel 1.1 Perkembangan kelembagaan perbankan syariah di Indonesia<sup>5</sup>

<b>Indikator</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017 (Agustus)</b>
<b>Bank Umum Syariah</b>				
Jumlah Bank	12	12	13	13
Jumlah Kantor	2163	1990	1869	1837
<b>Unit Usaha Syariah</b>				
Jumlah Bank Umum Konvensional yang memiliki UUS	22	22	21	21
jumlah kantor UUS	320	311	332	341
<b>BPRS</b>				
jumlah Bank	163	163	166	167
jumlah Kantor	439	446	453	440

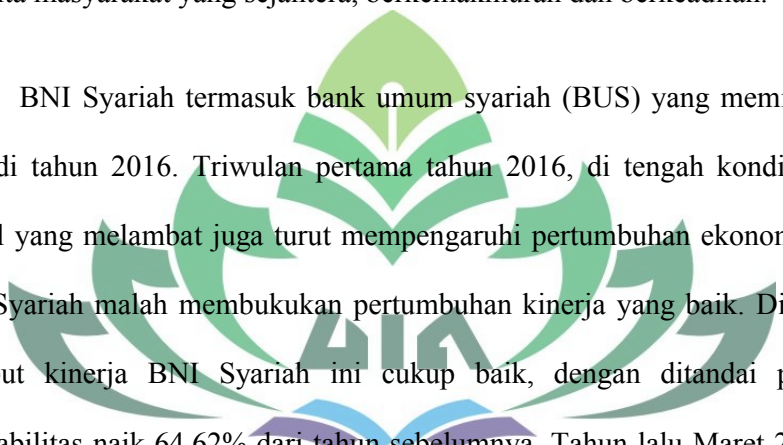
Sumber: Statistik Perbankan Syariah, Otoritas Jasa Keuangan, Agustus 2017.

Perkembangan perbankan syariah menjadi menarik untuk diamati bila dikaitkan dengan tujuan awal berdirinya bank syariah. Tujuan utama dari pendirian lembaga keuangan syariah ini adalah tiada lain sebagai upaya kaum

<sup>5</sup> SPS (Statistik Perbankan Syariah), Agustus 2017, Otoritas Jasa Keuangan, h. 18.

muslimin untuk mendasari segenap aspek kehidupan ekonominya berlandaskan syariah islam

Tabungan memegang peranan penting dalam kehidupan individu maupun masyarakat. Secara mikro tabungan berperan menjaga tingkat konsumsi masa datang dan bahkan di sepanjang waktu. Dalam rangka memperoleh tingkat kemakmuran sepanjang hidup, sedangkan secara makro tabungan merupakan sumber investasi guna mendorong pertumbuhan ekonomi untuk mencapai realitas cita-cita masyarakat yang sejahtera, berkemakmuran dan berkeadilan.



BNI Syariah termasuk bank umum syariah (BUS) yang memiliki kinerja baik di tahun 2016. Triwulan pertama tahun 2016, di tengah kondisi ekonomi global yang melambat juga turut mempengaruhi pertumbuhan ekonomi nasional, BNI Syariah malah membukukan pertumbuhan kinerja yang baik. Di awal 2016 tersebut kinerja BNI Syariah ini cukup baik, dengan ditandai peningkatan profitabilitas naik 64,62% dari tahun sebelumnya. Tahun lalu Maret 2015 berada di capaian Rp 45,67 miliar menjadi Rp 75,18 miliar di Maret 2016.<sup>6</sup>

Pertumbuhan aset BNI Syariah pun meningkat 20,35% dari Maret 2015 sebesar Rp 20,50 Triliun menjadi 24,67 Triliun. Pertumbuhan aset ini didorong oleh pertumbuhan pembiayaan sebesar 14,95% dan pertumbuhan dana pihak ketiga (DPK) sebesar 20,07% dari tahun sebelumnya pada periode yang sama. Dari total pembiayaan sebesar Rp 18,04 Triliun sebagian besar merupakan

---

<sup>6</sup>BNI Syariah pemacu industri perbankan syariah nasional,  
<http://www.gomuslim.co.id/read/korporasi/2016/05/10/364/bni-syariah-pemacu-industri-perbankan-syariah-nasional.html>, diakses Rabu, 25 Januari 2017 pukul 07.45

pembiayaan konsumtif 53,18%, disusul oleh pembiayaan produktif/SME 22,2%, pembiayaan komersial 16,75%, pembiayaan mikro 5,69%, dan pembiayaan kartu Hasanah Card 2,15%.

Untuk pembiayaan konsumtif tersebut sebagian besar portofolio pembiayaan adalah BNI Griya iB Hasanah sebesar 85,99%. Pencapaian kinerja bisnis tersebut tetap memperhatikan kualitas pembiayaan dimana NPF triwulan pertama 2016 tetap terjaga di level 2,77%.

Bank BNI Syariah terus meningkatkan pelayanan kepada masyarakat untuk memenuhi kebutuhan financial mereka, termasuk salah satunya menyediakan beberapa jenis produk tabungan yang dapat dibuka sesuai dengan kebutuhan dan keperluan masing-masing. Ada beberapa jenis tabungan yang ditawarkan kepada calon nasabah BNI Syariah, Berikut ini adalah tabungan yang dimiliki oleh Bank BNI Syariah.

Produk Tabungan BNI Syariah: BNI Dollar IB Hasanah, BNI SimPel IB Hasanah, BNI Baitullah IB Hasanah, BNI Prima IB Hasaah, BNI Tunas IB Hasanah, BNI Bisnis IB Hasanah, BNI IB Hasanah, BNI Tapenas IB Hasanah.<sup>7</sup>

Perkembangan perbankan telah membawa kepada pertumbuhan ekonomi, serta usaha pada persaingan yang sangat ketat dalam dunia perbankan untuk merebut simpati konsumen dalam menggunakan produk jasa perbankan. Berbagai pendekatan dilakukan untuk mendapatkan simpati masyarakat melalui jasa perbankan yang berbasis pada teknologi tinggi maupun sumber daya manusia

---

<sup>7</sup> Produk Tabungan <http://www.bnisyariah.co.id/kategori-produk/tabungan>, diakses pada hari sabtu, 18 Februari 2017 pukul 22.20.

yang terampil. Persaingan untuk memberikan kepuasan dalam hal pelayanan bagi nasabah telah menempatkan nasabah (konsumen) sebagai pengambil keputusan. Semakin banyaknya bank-bank konvensional yang membuka unit usaha syariah dengan mengoprasikan produk jasa yang ditawarkan memberikan kesempatan pada masyarakat untuk menentukan pilihan sesuai dengan kebutuhan.

Fungsi dari Perbankan secara umum dalam hal penghimpunan dana dari masyarakat kemudian akan disalurkan kepada pihak yang defisit dan memerlukan dana sehingga dalam fungsi ini dana yang disimpan masyarakat akan menjadi lebih produktif dan bermanfaat.

Fungsi itu juga menjadi hal menarik bagi investor untuk mendirikan sebuah bank dengan konsep syariah, dimana dana yang disimpan tidak semata-mata untuk mendatangkan keuntungan tapi juga ada nilai religiusitas didalamnya. Sesuai dengan tujuan awal dibangunnya Bank Syariah, yaitu sasaran awal pembuatan bank syariah ini untuk umat muslim agar dapat menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam kehidupan sehari-hari, seperti menabung di bank syariah dengan menggunakan akad-akad dengan prinsip-prinsip syariah.

Dalam pengambilan keputusan umumnya dipengaruhi oleh latar belakang budaya yang mempengaruhi masyarakat tersebut, dengan tingkat pendidikan dan pengetahuan yang semakin tinggi tentunya masyarakat akan lebih selektif lagi dalam mengambil kesimpulan untuk memenuhi kebutuhan perbankan, masyarakat Indonesia terutama yang muslim tidak hanya menginginkan jasa pelayanan

kualitas yang tepat saja tetapi membutuhkan jasa perbankan yang tidak bertentangan dengan prinsip agama Islam seperti riba.

Perubahan permintaan konsumen, peningkatan harapan untuk memperoleh kualitas produk maupun layanan yang unggul dan adanya kompetisi global menciptakan lingkungan yang kompetitif di berbagai sektor industri yang berbeda. Kualitas merupakan suatu icon untuk konsumen ketika menyeleksi layanan atau produk dan disaat yang sama perusahaan berusaha untuk menyediakan kualitas layanan atau produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Kualitas telah menjadi penentu utama di kedua sektor industri dan jasa untuk mendapatkan imbalan yang maksimum atas investasi dan juga memberikan kontribusi dalam pengurangan biaya.<sup>8</sup>

kualitas telah dianggap sebagai keuntungan strategis bagi organisasi untuk mendapatkan kesuksesan dan bertahan dalam dunia bisnis. Kualitas layanan adalah akar dari kepuasan pelanggan, layanan pelanggan merupakan bagian integral dari setiap segi perbankan dan menentukan masa depan dari setiap organisasi perbankan. Hal ini seperti yang dikemukakan oleh Kotler bahwa kebanyakan pelanggan tidak lagi bersedia menerima dan mentoleransi kinerja kualitas yang biasa saja.

Upaya pengembangan kualitas pelayanan yang diberikan bank syariah tidak cukup hanya berlandaskan kepada aspek-aspek legal dan peraturan

---

<sup>8</sup> Irwan Misbach, Perbandingan Kualitas layanan Bank Syariah dan Bank Konvensional (pendekatan model PBZ), *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, Volume 20 Nomor 1 (Januari 2016) h. 3-5

perundang-undangan tetapi juga harus berorientasi kepada pasar atau masyarakat sebagai pengguna jasa (konsumen) Lembaga Perbankan. Seperti, pelayanan pada nasabah, di mata nasabah yang mencakup faktor-faktor secara tradisional yang mewarnai penilaian nasabah atas layanan yang diterima, seperti: kecepatan, ketetapan, keramahan, dan kenyamanan.

Disamping faktor-faktor pelayanan, terdapat atribut produk yang juga merupakan titik tolak penilaian bagi konsumen yang diharapkan dari suatu produk yang sebenarnya. Dalam perbankan syariah, atribut produk tersebut diidentifikasi sebagai atribut-atribut produk Islam yang bernuansa Islami yang telah ditawarkan oleh bank.<sup>9</sup>

Keputusan nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah bisa didasari oleh beberapa faktor atau pengaruh lainnya, baik internal maupun eksternal. Serta adanya kemungkinan yang terjadi bahwa kebanyakan nasabah pada perbankan syariah juga masih merupakan nasabah perbankan konvensional, sehingga perlu kiranya pengkajian tentang **Pengaruh Produk, Pelayanan, dan Religiusitas terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah ( Studi pada BNI Syariah )**

#### **D. Rumusan Masalah**

- 1 Apakah produk, pelayanan, dan religiusitas berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa BNI Syariah?

---

<sup>9</sup> Dewi Nur Ika, 2013, Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, dan Atribut Produk Islam Terhadap Kepuasan Nasabah pada BRI Cabang Malang )(Malang, 2013) h. 3



- 2 Apakah produk, pelayanan, dan religiusitas dengan bersama-sama dapat berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa BNI Syariah?

### **C. Tujuan dan manfaat**

Berdasarkan permasalahan yang ingin diteliti, dapat di ketahui tujuan penelitian sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa BNI Syariah.
- b. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa BNI Syariah.
- c. Untuk mengetahui pengaruh religiusitas terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa BNI Syariah.

Adapun manfaat yang dapat di ambil dari dilaksanakannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Dapat menjadi sumbangsih bagi pengembangan ekonomi Islam dan Bank Syari'ah.
- b. Dapat digunakan sebagai bahan pijakan bagi penelitian selanjutnya.
- c. Penelitian ini ditujukan agar masyarakat awam dapat mengambil informasi yang memang dibutuhkan
- d. Dapat menjadi bahan acuan tentang masalah perbankan baik dalam ruang lingkup yang kecil dan terbatas maupun ruang lingkup yang lebih besar.

## F. Metode Penelitian

### 1. Jenis dan Sifat Penelitian

#### a. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode pendekatan penelitian kuantitatif, metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya digunakan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. penelitian menggunakan angka-angka yang dijumlahkan sebagai data yang kemudian di analisis. Metode ini dimaksudkan untuk menjelaskan fenomena dengan menggunakan data-data numerik, kemudian dianalisis yang umumnya menggunakan statistik<sup>10</sup>. Pendekatan kuantitatif memusatkan perhatian pada gejala-gejala yang mempunyai karakteristik tertentu di dalam kehidupan manusia yang dinamakannya sebagai variabel. Dalam pendekatan hakikat hubungan diantara variabel-variabel dianalisis dengan menggunakan teori yang objektif.

Jenis Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) adalah penelitian yang berlangsung dilakukan dilapangan atau kepada responden. Mengingat penelitian ini adalah penelitian lapangan, penulis menggali data-data berkenaan dengan produk-produk yang dimiliki oleh Bank BNI syariah Lampung, Pelayanan yang diberikan oleh staff BNI Syariah terhadap nasabah, serta tentang

---

<sup>10</sup> Uhar Suharsaputra, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*, (Bandung: Refika A, 2014), hlm.49.

agama yang mereka yakini. Selain itu peneliti menggunakan penelitian kepustakaan (*library research*). Penelitian kepustakaan adalah penelitian yang dilaksanakan dengan menggunakan literatur (kepustakaan), baik berupa buku, catatan, maupun laporan hasil penelitian terdahulu tentang pengaruh produk, pelayanan, dan religiusitas terhadap keputusan nasabah.

#### b. Sifat Penelitian

Menurut studi tinjauan bidangnya penelitian ini masuk dalam kategori penelitian ekonomi. Berdasarkan sifat penelitian ini bersifat deskriptif eksplanasi yaitu menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungan antara suatu variabel dengan variabel yang lain.

#### 2. Sumber Data

Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data atau informasi dengan cara membaca atau mengutip, dan menyusunnya berdasarkan data-data yang telah diperoleh yang berasal dari data primer dan data sekunder. Dalam penelitian ini yang diperoleh terdiri dari:

##### a) Data Primer

Data primer adalah data dalam bentuk verbal atau kata-kata yang diucapkan secara lisan, gerak-gerik atau perilaku yang dilakukan oleh subjek yang dapat dipercaya, subjek penelitian atau (informan) yang berkaitan dengan variabel yang diteliti. Data tersebut dapat diperoleh langsung dari objek yang diteliti, seperti individu atau perorangan. Data ini

dapat berupa hasil wawancara, bukti transaksi, dan juga berupa hasil obsevasi.

Data primer yang akan digunakan oleh penulis pada penelitian ini adalah hasil jawaban dari kuisisioner yang telah diisi oleh responden/nasabah BNI syariah.

- b) Data sekunder adalah data yang diperoleh dari catatan, buku dan majalah , dan lain sebagainya. Beberapa sumber sekunder yang peniliti peroleh adalah data-data dari internet, jurnal, dan buku-buku sebagai bahan pelengkap dalam penelitan ini.

Data sekunder yang akan digunakan oleh penulis adalah berupa jurnal, skripsi, buku-buku. e-book, serta data-data dari internet.

### 3. Populasi dan sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subjek yang mempunyai kwalitias dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu. Sehingga populasi dalam penelitian ini adalah nasabah dari BNI Syariah yang berjumlah 865 nasabah<sup>11</sup>

---

<sup>11</sup> Wawancara dengan Customer Service BNI Syariah Tanjung Karang, tanggal 7 Juli 2017

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk mewakili populasi agar lebih memudahkan dalam pelaksanaan penelitian, dalam penelitian ini peneliti menggunakan 90 sampel.

#### 4. Metode pengumpulan data<sup>12</sup>

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan peneliti untuk menangkap atau menjaring informasi kuantitatif dari responden sesuai dengan lingkup penelitian. Terdapat beberapa instrumen dalam teknik pengumpulan data pada penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

##### a) Kuesioner (Angket)

Kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan data secara tidak langsung (peneliti tidak langsung bertanya jawab dengan responden). Instrumen atau alat pengumpulan datanya juga disebut angket berisi sejumlah pertanyaan-pertanyaan yang harus dijawab atau direspon oleh responden, responden mempunyai kebiasaan untuk memberikan jawaban atau respon sesuai dengan persepsinya.

Adapun skala yang dipakai adalah skala *likert*<sup>13</sup>. Skala *likert* adalah skala untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian ini fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut

---

<sup>12</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung, Alfabeta 2013), h. 194

<sup>13</sup> *Ibid*, h. 132

dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Kuisisioner akan dibagikan serta diisi oleh responden, yaitu nasabah dari BNI syariah.

#### b) Observasi

Observasi adalah suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis observasi nonpartisipan, dalam observasi ini peneliti tidak terlibat dan hanya sebagai pengamat independen.

#### c) Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang ingin diteliti, dan apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya.<sup>14</sup> Dalam penelitian ini, peneliti mewawancarai pegawai BNI Syariah, yaitu Customer Service.

#### d) Analisis Dokumentasi

Analisis dokumentasi lebih mengarah pada bukti konkret. Dengan instrumen ini, kita diajak untuk menganalisis isi dari dokumen-dokumen yang dapat mendukung penelitian kita.<sup>15</sup> Penulis menggunakan metode ini untuk mendapatkan data-data yang bersumber dari dokumen tertulis maupun tidak tertulis yang sesuai dengan keperluan penelitian sekaligus pelengkap untuk mencari data-data yang lebih objektif dan kongkrit.

<sup>14</sup> Sugiyono, *Op.Cit*, h. 194

<sup>15</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian Pendekatan Praktis dalam Penelitian*, Yogyakarta: Andi Offset, h. 95

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Bank Syariah

##### 1. Pengertian Bank Syariah

Bank Syariah adalah bank yang aktifitasnya meninggalkan sistem riba. Bank syariah merupakan bank yang beroperasi dengan tidak mengandalkan bunga.<sup>16</sup> Bank Syariah yang disebut tanpa bunga adalah lembaga keuangan atau perbankan yang usaha pokoknya memberikan pembiayaan dan jasa-jasa dalam lalu lintas pembayaran serta peredaran uang yang pengoprasiannya disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah Islam.

Bank Syariah terdiri dari dua kata, yaitu bank, dan syariah. Kata bank bermakna suatu lembaga keuangan yang berfungsi sebagai perantara keuangan dari dua pihak, yaitu pihak yang kelebihan dana dan pihak kekurangan dana. Kata syariah dalam versi bank syariah Indonesia adalah aturab perjanjian berdaarkan yang dilakukan oleh pihak bank dan pihak lain untuk penyimpanan dana atau pembiayaan sesuai dengan hukum Islam. Jadi Bank Syariah adalah suatu lembaga yang berfungsi sebagai perantara bagi pihak yang kelebihan dana dengan pihak yang kekurangan dana untuk kegiatan usaha dan kegiatan usaha dan kegiatan lainnya sesuai dengan hukum Islam. Sistem oprasional nya tidak menggunakan sistem

---

<sup>16</sup> Muhamad, *Manajemen Bank Syariah*, Yogyakarta: AMPYKPN, 2002, h. 12

bunga (riba), spekulasi ( *maisir*), dan ketidak pastian atau ketidak jelasan ( *gharar*).<sup>17</sup>

## 2. Perbedaan antara bank syariah dan bank konvensional

Dalam beberapa hal, bank konvensional dan bank syariah memiliki persamaan, terutama dalam sisi teknis penerimaan uang, mekanisme transfer, teknologi komputer yang digunakan, syarat-syarat umum memperoleh pembiayaan seperti NPWP, proposal, laporan keuangan, dan sebagainya. Akan tetapi, terdapat banyak perbedaan mendasar di antara keduanya. Perbedaan itu menyangkut aspek legal, struktur organisasi, usaha yang dibiayai, dan lingkungan kerja.

### a. Akad dan aspek legalitas<sup>18</sup>

Dalam bank syariah, akad yang dilakukan memiliki konsekuensi duniawi dan ukhrawi karena akad yang dilakukan berdasarkan hukum Islam. Seringkali nasabah berani melanggar kesepakatan/perjanjian yang telah dilakukan bila hukum itu hanya berdasarkan hukum positif belaka, tapi tidak demikian bila perjanjian tersebut memiliki pertanggung jawaban hingga *yaumul qiyamah* nanti. Setiap akad dalam perbankan syariah, baik dalam hal barang, pelaku transaksi, maupun ketentuan lainnya, harus memenuhi ketentuan akad, seperti hal-hal berikut:

#### a) Rukun:

Penjual, pembeli, barang, harga, akad/ ijab qabul.

#### b) Syarat:

<sup>17</sup> Zainuddin Ali, *Hukum Perbankan Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2008), h.1.

<sup>18</sup> Muhamad Syafii Antonio, *Bank Syariah dari teori ke praktik*, (Jakarta: Gema Insani, 2016), h. 29



- Barang dan jasa harus halal sehingga transaksi atas barang dan jasa yang haram menjadi batal demi hukum syariah
- Harga barang dan jasa harus jelas
- Tempat penyerahan (*delivery*) harus jelas karena akan berdampak pada biaya transportasi
- Tidak boleh menjual sesuatu yang belum dimiliki atau dikuasai seperti yang terjadi pada transaksi *short sale* dalam pasar modal.

b. Lembaga penyelesaian sengketa<sup>19</sup>

Berbeda dengan perbankan konvensional, jika pada perbankan syariah terdapat perbedaan atau perselisihan antara bank dan nasabahnya, kedua belah pihak tidak menyelesaikan di pengadilan negeri, tetapi menyelesaikannya sesuai tata cara dan hukum materi syariah

Lembaga yang mengatur hukum materi dan atau berdasarkan prinsip syariah di Indonesia dikenal dengan nama Badan Arbitrase Muamalah Indonesia atau BAMUI yang didirikan secara bersama oleh Kejaksaan Agung Republik Indonesia dan Majelis Ulama Indonesia.

c. Bisnis dan usaha yang dibiayai<sup>20</sup>

Dalam bank syariah, bisnis dan usaha yang dilaksanakan tidak terlepas dari saringan syariah. Karena itu, bank syariah tidak mungkin membiayai usaha yang terkandung di dalamnya hal-hal yang diharamkan,

---

<sup>19</sup> *Ibid*, h. 30

<sup>20</sup> *Ibid*, h. 33

Dalam perbankan syariah suatu pembiayaan tidak akan disetujui sebelum dipastikan beberapa hal pokok, diantaranya sebagai berikut.

- a) Apakah objek pembiayaan halal atau haram?
- b) Apakah proyek menimbulkan kemudharatan untuk masyarakat?
- c) Apakah proyek berkaitan dengan perbuatan mesum/asusila?
- d) Apakah proyek berkaitan dengan perjudian?
- e) Apakah usaha itu berkaitan dengan industri senjata yang ilegal atau berorientasi pada pengembangan senjata pembunuh massal?
- f) Apakah proyek dapat merugikan syiar Islam, baik secara langsung maupun tidak langsung?

d. Lingkungan kerja dan *corporate culture*<sup>21</sup>

Sebuah bank syariah selayaknya memiliki lingkungan kerja yang sejalan dengan syariah. Dalam hal etika, misalnya sifat *amanah* dan *shiddiq*, harus melandasi setiap karyawan sehingga tercermin integritas eksekutif muslim yang baik. Disamping itu, karyawan bank syariah harus *skillful* dan profesional (*fathanah*), dan mampu melakukan tugas secara *team-work* dimana informasi merata di seluruh fungsional organisasi (*tabligh*). Demikian pula dalam hal *reward* dan *punishment*, diperlukan prinsip keadilan yang sesuai dengan syariah.

Selain itu juga cara berpakaian dan tingkah laku dari para karyawan merupakan cerminan bahwa mereka bekerja dalam sebuah lembaga keuangan yang membawa nama besar Islam, sehingga tidak ada aurat yang

---

<sup>21</sup> *Ibid*, h. 34

terbuka dan tingkah laku yang kasar. Demikian pula dalam menghadapi nasabah, akhlak harus senantiasa dan terjaga. Nabi SAW mengatakan bahwa senyum adalah sedekah.

e. Perbandingan antara bank syariah dan konvensional

Perbandingan antara bank syariah dan konvensional disajikan dalam tabel berikut ini:<sup>22</sup>

Tabel 2.1

Perbandingan Bank Syariah dan Bank Konvensional

Bank Syariah	Bank Konvensional
1. Melakukan investasi-investasi yang halal-halal saja	Investasi yang halal dan haram
2. Berdasarkan prinsip bagi hasil, jual beli atau sewa	Memakai perangkat bunga
3. Profit dan falah oriented	Profit oriented
4. Hubungan dengan nasabah dalam bentuk hubungan kemitraan.	Hubungan dengan nasabah dalam bentuk hubungan debitor-debitor
5. Penghimpunan dan penyaluran dana harus sesuai dengan fatwa Dewan Pengawas Syariah.	Tidak terdapat dewan sejenis

3 Dasar Hukum Bank Syariah<sup>23</sup>

Pengembangan perbankan syariah di Indonesia tidak akan terlepas dari peranan dan kebijakan Bank Indonesia. Bank Indonesia dapat melaksanakan pengendalian moneter berdasarkan prinsip syariah sebagaimana diamanatkan dalam pasal 10 Ayat (2) undang-undang Nomor

<sup>22</sup> *Ibid* h. 34

<sup>23</sup> Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan*, (Jakarta: Kencana, 2014), h. 59-61.

23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia sebagaimana telah diubah terakhir dengan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2008.

Dalam rangka memenuhi tujuan untuk mencapai dan memelihara kestabilan nilai rupiah, Bank Indonesia memiliki tugas menetapkan dan melaksanakan kebijakan moneter. Dalam rangka mendukung tugas dalam menetapkan dan melaksanakan kebijakan moneter. Bank Indonesia dapat melakukan pengendalian moneter berdasarkan prinsip syariah, Bank Indonesia melakukan *Operasi Moneter Syariah* untuk mempengaruhi kecukupan likuiditas perbankan syariah.

Pada tahun 2008, sebagai amanah dari undang-undang No.21 tahun 2008 tentang perbankan syariah, dibentuk suatu komite dalam internal Bank Indonesia untuk menindak lanjuti implementasi fatwa MUI yaitu, Pembentukan Komite Perbankan Syariah (PBI No. 10/32/PBI/2008 tanggal 20 November 2008). Tugas Komite Perbankan Syariah adalah membantu Bank Indonesia dalam menafsirkan fatwa MUI yang terkait dengan perbankan syariaah, memberikan masukan dalam rangka implementasi fatwa MUI kedalam PBI, dan melakukan pengembangan industri perbankan syariah.

#### 4 Sistem Operasional Perbankan Syariah

Bank adalah lembaga perantara antara unit surplus dana dengan unit minus dana, melalui produk-produk yang dikembangkan oleh lembaga atau bank yang bersangkutan.

a. Kontrak Al-Mudharabah

Mudharabah merupakan kontrak yang melibatkan dua kelompok, yaitu pemilik modal (investor) yang mempercayakan modalnya kepada pengelola (*mudharib*) Untuk dikelola.<sup>24</sup>

Prinsip bagi hasil (*Profit Sharing*) merupakan karakteristik umum dan landasan dasar bagi operasional bank Islam secara keseluruhan. Secara syariah, prinsipnya berdasarkan kaidah *al-mudharabah*. Berdasarkan prinsip ini, bank Islam akan berfungsi sebagai mitra, baik dengan penabung maupun dengan pengusaha yang meminjam dana. Dengan penabung, bank akan bertindak sebagai *mudharib* atau pengelola, sedangkan penabung bertindak sebagai *shahibul maal* atau penyandang dana. Antara keduanya diadakan akad *mudharabah* yang menyatakan pembagian keuntungan masing-masing pihak.

Disisi lain, dengan pengusaha / peminjam dana, bank Islam akan bertindak sebagai *shahibul maal* (penyandang dana, baik yang berasal dari tabungan/ deposito/ giro maupun dna bank sendiri berupa modal pemegang saham). Sementara itu, pengusaha/ peminjam akan berfungsi sebagai *mudharib* atau pengelola karena melakukan usaha dengan cara memutar dan mengelola dana bank dapat dilihat pada gambar dibawah ini.<sup>25</sup>

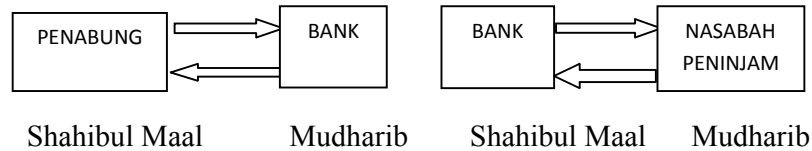
---

<sup>24</sup> Lukman Hakim, *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*, (Erlangga, PT. Gelora Aksara Pratama), h. 104.

<sup>25</sup> Muhammad Syafii Antonio, *Op. Cit*, h. 137

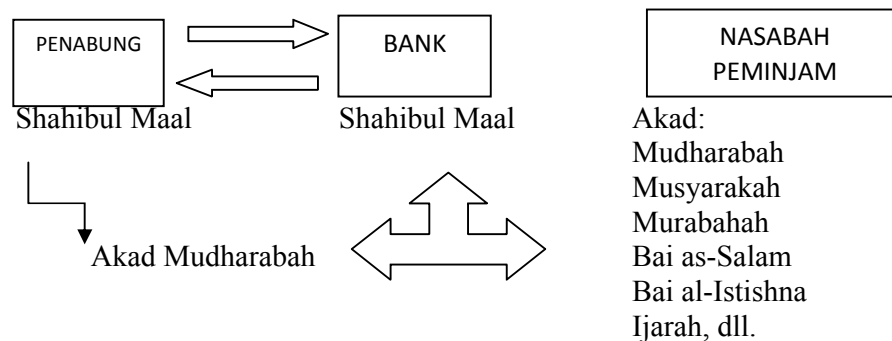
Gambar 2.1

## Pengelolaan dana



Meskipun demikian, dalam perkembangannya, para pengguna dana bank Islam tidak saja membatasi diri pada satu akad, yaitu *mudharabah* saja. Sesuai dengan jenis dan nature usahanya, mereka ada yang memperoleh dana dengan sistem perkongsian, sistem jual beli, sewa menyewa, dan lain-lain. Oleh karena itu, hubungan bank Islam dengan nasabahnya menjadi sangat kompleks karena tidak hanya berurusan dengan satu akad, namun dengan berbagai jenis akad. Hubungan ini dapat digambarkan dalam gambar dibawah ini

Gambar 2.2

Hubungan antara Bank dan nasabah<sup>26</sup>

<sup>26</sup> *Ibid*, h. 138

## B. Strategi Pemasaran Jasa

### 1. Pengertian Jasa

Pengertian jasa menurut Philip Kotler adalah setiap tindakan atau kegiatan yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apa pun. Produksi jasa bisa berkaitan dengan produk fisik atau sebaliknya.

Sementara perusahaan yang memberikan operasi jasa adalah perusahaan yang memberikan konsumen produk jasa, baik yang berwujud atau tidak berwujud, seperti jasa transportasi, jasa hiburan, jasa pendidikan dan restoran.<sup>27</sup>

### 2 Karakteristik Jasa<sup>28</sup>

Karakteristik jasa dalam hal ini dibedakan menjadi empat, yaitu: Tidak berwujud (*intangibility*), tidak dapat dipisahkan (*inseparability*), heterogenitas (*heterogeneity*), dan cepat hilang dan permintaan yang fluktuasi (*perishability and fluctuating demand*).

#### a. Tidak berwujud

Jasa mempunyai sifat tidak berwujud karena tidak bisa dilihat, diraba, didengar, dan dicium sebelum ada transaksi pembelian.

#### b. Tidak dapat dipisahkan

---

<sup>27</sup> Danang Sunyoto, *Op.Cit*, h. 186-187

<sup>28</sup> *Ibid*, h. 189

Suatu bentuk jasa tidak dapat dipisahkan dari sumbernya, apakah sumber itu merupakan orang atau mesin, apakah sumber itu hadir atau tidak, produk fisik yang berwujud tetap ada

c. Heterogenitas

Industri jasa atau penjual jasa individu tidak mungkin mengadakan standarisasi output. Setiap unit jasa itu berbeda satu sama lain.

d. Cepat hilang dan permintaan yang fluktuasi

Jasa itu cepat hilang dan tidak dapat disimpan, dan pasaran jasa itu berubah-ubah menurut musim, menurut jam, dan hari. Karena cepat rusak dan permintaan yang berubah-ubah, maka perlu adanya pengelolaan yang tepat. Misalnya melalui peningkatan kemampuan petugas kelengkapan dan pemeliharaan sarana dan prasarana.

### 3 Perencanaan Strategi Pemasaran Jasa<sup>29</sup>

Langkah-langkah yang harus dilakukan dalam pemasaran jasa yaitu: analisis pasar sasaran, dan perencanaan jasa.

a. Analisis Pasar Sasaran

Pertama-tama menetapkan pasar sasaran dan memilih pasar sasarannya. Sebagaimana halnya dalam pemasaran produk, maka faktor-faktor yang penting yang perlu diperhatikan adalah:

- Bagaimana motif pembelian dilakukan

---

<sup>29</sup> *Ibid*, h.190



- Kapan, dimana, dan bagaimana pelanggan membeli.
- Siapa yang membeli dan siapa yang mengambil keputusan membeli.
- Bagaimanakah sikap pembeli, pandangan kepribadian dan sebagainya.

b. Perencanaan jasa

Perencanaan produk dan pengembangan sangat penting dalam program pemasaran jasa. beberapa pertanyaan berikut harus dapat dijawab oleh pengelola: Jasa apa yang ditawarkan, berapa bauran jasa yang dikembangkan, bagaimana bentuk posisi jasa yang akan dikembangkan itu, apa atributnya, mereknya, kemasannya dan kualitas yang dapat memberikan jaminan, dan lain sebagainya.

4 Promosi jasa<sup>30</sup>

Dalam memasarkan jasa-jasa, keempat unsur promosi (*personal selling*, periklanan, *sales promotion*, dan *publicity*) memegang peranan penting. *Personal selling* dilakukan untuk membangun hubungan antara pembeli dan penjual jasa. akan tetapi kombinasi antara unsur tersebut juga sangat efektif seperti periklanan dan *personal selling*. Pada dasarnya program promosi jasa mempunyai tiga tujuan, yaitu:

- 1) Memanfaatkan jasa-jasa secara menarik

---

<sup>30</sup>*Ibid*, h. 192

- 2) Membuat penawarannya lebih mudah dibedakan dari tawaran pesaingnya
- 3) Mampu membuat reputasi yang baik, sehingga orang sangat terkesan terhadap jasa tersebut.

Adapun untuk meningkatkan produktivitas jasa, dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

- 1) Memberikan pendidikan dan program latihan, tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan keahlian, tetapi juga untuk menciptakan agar para pekerja berusaha seefisien mungkin.
- 2) Memberikan teknologi baru dan metode-metode yang sesuai dengan insustri jasa tersebut sehingga produktivitas dapat meningkat.
- 3) Melakukan spesialisasi usaha
- 4) Melakukan konsolidasi organisasi

### **C. Produk**

#### **1. Pengertian Produk**

Produk adalah suatu himpunan dari atribut-atribut fisik atau abstrak yang mungkin akan diterima pembeli sebagai pemenuhan kebutuhannya. Sedangkan menurut Kotler produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digandakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa produk adalah sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-

hari atau sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen. Produk biasanya digunakan untuk dikonsumsi baik untuk kebutuhan jasmani maupun rohani. Untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan akan produk, maka konsumen harus mengorbankan sesuatu sebagai balas jasanya misalnya dengan cara pembelian.

## 2. Ciri-ciri Produk

Produk memiliki ciri-ciri tersendiri untuk dapat dikatakan sebagai barang ataupun jasa dalam hal dunia perbankan di mana produk yang dihasilkan berbentuk jasa, berikut ini ciri-ciri produk yang berbentuk jasa, adapun ciri-cirinya adalah sebagai berikut:

### 1) Tidak Berwujud

Tidak berwujud artinya tidak dapat dirasakan atau dinikmati sebelum jasa tersebut dibeli atau dikonsumsi. Oleh karena itu, jasa tidak memiliki wujud tertentu sehingga harus dibeli lebih dulu.

### 2) Tidak Terpisahkan

Jasa tidak terpisahkan artinya antara si pembeli jasa dengan si penjual jasa saling berkaitan satu sama lain, tidak dapat dititipkan melalui orang lain. Misalnya, pemilik kartu kredit dengan hotel.

### 3) Beraneka ragam

Jasa memiliki aneka ragam bentuk, artinya jasa dapat diperjual belikan dalam berbagai bentuk atau wahana seperti tempat, waktu atau sifat.

### 4) Tidak tahan lama

Jasa diklasifikasikan tidak tahan lama artinya jasa tidak disimpan begitu jasa dibeli maka akan segera dikonsumsi.<sup>31</sup>

Dalam praktiknya produk terdiri dari dua jenis, yaitu yang berkaitan dengan fisik atau benda berwujud dan tidak berwujud. Benda berwujud merupakan produk yang dapat dilihat, diraba, atau dirasakan. Contohnya adalah meja, kursi, rumah, mobil, dan lain-lain, sedangkan produk yang tidak berwujud biasanya disebut jasa. Jasa dapat disediakan dalam berbagai wahana seperti pribadi, tempat, kegiatan, organisasi dan ide-ide.

Kotler mengatakan jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain yang tidak memiliki wujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apa pun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dengan suatu produk fisik.

Masih menurut beliau, dikatakan ada empat karakteristik utama jasa yang mempengaruhi rancangan program pemasaran, yaitu sebagai berikut<sup>32</sup>:

1. *Intangibility* (tidak berwujud)

Artinya, jasa tidak dapat dirasakan atau dinikmati sebelum jasa tersebut dibeli atau dimiliki.

2. *Inseparability* (tidak terpisahkan)

Artinya, antara si pembeli jasa dengan penjual jasa saling berkaitan.

3. *Variability* (bervariasi atau beraneka ragam)

Artinya, jasa dapat diperjual belikan dalam berbagai bentuk

4. *Perishability*

---

<sup>31</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank*, (Jakarta: Kencana, 2005), h.136

<sup>32</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: Rajawali pers, 2005), h.195

*Perishability* berarti mudah lenyap atau tidak tahan lam. Maksudnya jasa tidak dapat disimpan, maka akan segera dikonsumsi.

Produk yang diinginkan pelanggan, baik berwujud maupun yang tidak berwujud adalah produk yang berkualitas tinggi. Artinya produk yang ditawarkan oleh bank ke nasabahnya memiliki nilai yang lebih baik dibandingkan dengan produk pesaing. Produk yang berkualitas tinggi ini juga disebut dengan produk plus. Produk yang berkualitas tinggi yang berhasil diciptakan oleh bank akan memberikan berbagai keuntungan baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Adapun keuntungan produk plus adalah<sup>33</sup>:

1. Dapat meningkatkan penjualan, mengingat nasabah akan tertarik untuk membeli dan mempertahankan produk yang memiliki nilai lebih dengan terus melakukan transaksi.
2. Menimbulkan rasa bangga bagi nasabah yang memiliki produk plus nya ditengah-tengah masyarakat.
3. Menimbulkan rasa kepercayaan yang tinggi sehingga dapat mempertahankan nasabah lama dan mendapat nasabah baru.
4. Menimbulkan kepuasan tersendiri bagi nasabah yang bersangkutan.

Dalam praktiknya untuk menciptakan produk plus bukanlah perkara mudah banyak faktor yang harus dipertimbangkan atau dengan kata lain kehadiran produk jasa sangat tergantung dari berbagai pihak yang terkait dengan produk tersebut. Secara umum produk plus sangat tergantung dari:

---

<sup>33</sup> *Ibid*, h.137-138

1. Pelayanan yang prima, artinya pelayanan terhadap produk yang dijual harus dilakukan secara baik, sehingga nasabah cepat mengerti dan memahami produk tersebut dibandingkan dengan produk lainnya.
2. Pegawai yang profesional, artinya memiliki kemampuan untuk menjelaskan dan mempengaruhi nasabah sehingga mau membeli produk yang ditawarkan.
3. Sarana dan prasarana yang dimiliki harus dapat menunjang kelebihan dari produk yang dimiliki, seperti kecanggihan dan kelengkapan teknologi yang dimilikinya, sehingga mampu melayani nasabah secara cepat dan tepat.
4. Lokasi dan layout gedung dan ruangan. Hal ini sangat berpengaruh terhadap kenyamanan dan keamanan nasabah berhubungan dengan bank. Lokasi yang tidak strategis membuat nasabah malas untuk mendatangi bank. Demikian pula dengan layout ruangan yang tidak baik juga menyebabkan nasabah bosan untuk berhubungan baik.
5. Nama baik bank. Menjadi jaminan bagi nasabah untuk membeli produk bank. Oleh karena itu bank harus pandai menjaga nama baik, mengingat jasa bank yang ditawarkan merupakan bisnis kepercayaan.

### 3. Jenis-jenis produk bank

Dalam praktik sehari-hari berbagai jenis bank ditawarkan kepada masyarakat. Kelengkapan jenis produk yang ditawarkan sangat tergantung dari kemampuan bank itu sendiri. Semakin lengkap produk yang ditawarkan akan semakin baik, sehingga untuk memperoleh produk bank nasabah cukup mendatangi satu bank saja.

Produk bank tersebut meliputi:<sup>34</sup>

1. Menghimpun dana (*Funding*) dalam bentuk:<sup>35</sup>
  - a. Rekening Giro
  - b. Rekening Tabungan
  - c. Rekening Deposito
2. Menyalurkan dana (*Lending*) dalam bentuk:
  - a. Pembiayaan Investasi
  - b. Pembiayaan Modal kerja
  - c. Pembiayaan perdagangan
  - d. Pembiayaan Konsumtif
  - e. Pembiayaan Produktif
3. Memberikan jasa-jasa bank lainnya (*Services*) seperti:
  - a. Menerima setoran-setoran antara lain:
    - a) Pembayaran pajak
    - b) Pembayaran telepon
    - c) Pembayaran air
    - d) Pembayaran listrik
    - e) Pembayaran uang kuliah
  - b. Melayani pembayaran-pembayaran seperti:
    - a) Gaji/pensiun/honorarium
    - b) Pembayaran deviden
    - c) Pembayaran bonus/hadiah
  - c. Berperan dalam pasar modal seperti menjadi:
    - a) Penjamin emisi (*underwriter*)
    - b) Penanggung (*guarantor*)
    - c) Wali amanat (*trustee*)
    - d) Perantara perdagangan efek (*pialang/broker*)
    - e) Perdagangan efek (*dealer*)
    - f) Perusahaan pengelola dana (*investment company*)
    - g) Dan lainnya
  - d. Transfer (iriman uang)
    - a) Inkaso (*collection*)
    - b) Kliring (*clearing*)
    - c) Safe deposit box
    - d) Bank card
    - e) Bank notes (valas)
    - f) Bank garansi
    - g) Referensi bank
    - h) Bank draft
    - i) Letter of credit (L/C)
    - j) Cek wisata (*travellers cheque*)
    - k) Jual beli surat-surat berharga
    - l) Dan jasa-jasa lainnya

<sup>34</sup>Kasmir, *Pemasaran Bank*, Op.Cit, h.139

<sup>35</sup>Zainuddin Ali, *Op.Cit.* h. 23.

#### 4. Produk-produk perbankan syari'ah<sup>36</sup>

Produk bank merupakan jasa, kemudian jasa ditawarkan dalam bentuk beraneka ragam. Dalam praktik sehari-hari berbagai jenis jasa bank yang ditawarkan pada masyarakat. Kelengkapan jenis produk yang ditawarkan pada masyarakat. Kelengkapan jenis produk yang ditawarkan sangat tergantung dari kemampuan bank dan jasa bank itu sendiri, misalnya:

##### a. Produk penghimpun dana (*Funding*)

###### a) Giro

Prinsip syariah giro diatur dalam fatwa Dewan Syariah Nasional No. 01/DSN-MUI/IV/2000 tentang giro. Giro adalah simpanan berdasarkan akad *wadi'ah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan cek, bilyet giro, sarana pemerintah pembayaran lainnya, atau dengan perintah pemindah bukuan. Giro yang dibenarkan secara syariah, yaitu giro yang berdasarkan prinsip *wad'ah* dan *mudharabah*.

###### b) Tabungan

Tabungan adalah simpanan berdasarkan akad *wadi'ah* atau investasi dana berdasarkan akad *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan

---

<sup>36</sup> Andri Soemitra, *Op. Cit*, h.74



atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu. Produk tabungan dapat digunakan sebagai sarana investasi, juga dapat digunakan sebagai tabungan untuk keperluan naik haji, atau keperluan pendidikan dan lain-lain.<sup>37</sup>

Prinsip syariah tabungan diatur dalam fatwa Dewan Syariah Nasional No. 02/DSN-MUI/IV/2000 tentang tabungan. Tabungan ada dua jenis yaitu tabungan yang tidak dibenarkan secara syariah, yaitu tabungan yang berdasarkan perhitungan bunga. Dan tabungan yang dibenarkan, yaitu tabungan yang berdasarkan prinsip wadi'ah dan mudharabah.

#### c) Deposito

Deposito adalah investasi dana berdasarkan akad mudharabah atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan pada waktu tertentu berdasarkan akad antara nasabih penyimpan dan bank syariah dan atau UUS. Prinsip syariah deposito diatur dalam fatwa Dewan Syariah Nasional No.03/DSN-MUI/IV/2000 tentang deposito. Deposito ada dua jenis yaitu deposito yang tidak dibenarkan secara syariah, yaitu deposito yang berdasarkan perhitungan bunga. Dan deposito yang diberikan, yaitu deposito yang berdasarkan prinsip mudharabah.

---

<sup>37</sup> Nurul Huda, Mohamad Heykal, *Lembaga Keuangan Islam, tinjauan teoritis dan praktis* (Jakarta: Kencana, 2010), h.182.

b. Produk penyaluran dana (*Landing*)<sup>38</sup>

Dalam menyalurkan dana pada nasabah, secara garis besar produk pembiayaan syariah terbagi menjadi 6 kategori yang dibedakan berdasarkan tujuan penggunaannya, yaitu:

Pembiayaan berdasarkan pola jual beli dengan akad murabahah, salam atau Istishna'.

- a) Akad murabahah adalah akad pembiayaan suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih sebagai keuntungan yang disepakati. Murabahah berasal dari kata *ribhu* (keuntungan) karena dalam transaksi jual beli bank menyebut jumlah keuntungan (*margin/mark up*). Bank bertindak sebagai penjual, sementara nasabah sebagai pembeli. Harga jual adalah harga beli bank dari pemasok ditambah keuntungan. Kedua pihak harus menyepakati harga jual dan jangka waktu pembayaran. Harga jual dicantumkan dalam akad jual beli dan jika telah disepakati tidak dapat berubah selama berlakunya akad. Dalam perbankan, *murabahah* lazimnya dilakukan dengan cara pembayaran cicilan (*bi tsaman ajil*). Dalam transaksi ini barang diserahkan segera setelah akad sedangkan pembayaran dilakukan secara tangguh.<sup>39</sup> Landasan syariah murabahah adalah fatwa DSN MUI No. 04/DSN-MUI/IV/2000

<sup>38</sup> Andri Soemitra, *Op.Cit*, h. 78

<sup>39</sup> Ibid, h. 79

tentang murabahah, No.10/DSN-MUI/IV/2000 tentang wakalah, No. 13/DSN-MUI/IX/2000 tentang uang muka dalam murabahah, No. 16/DSN-MUI/IX tentang diskon dalam murabahah, No. 23/DSN-MUI/III/2002 tentang potongan pelunasan dalam murabahah, No. 46/DSN-MUI/II/2005 tentang potongan tagihan murabahah, No.47/DSN-MUI/II/2005 tentang penyelesaian piutang murabahah bagi nasabah tidakmampu membayar, No. 48/DSN-MUI/II/2005 tentang penjadwalan kembali taguhan murabahah, No. 49/DSN-MUI/II/2005 tentang konversi akad murabahah.

- b) Akad *salam* adalah akad pembiayaan suatu barang dengan cara pemesanan dan pembayaran harga yang dilakukan terlebih dahulu dengan syarat tertentu yang disepakati. Dalam praktik perbankan, ketika barang telah diserahkan kepada bank, maka bank akan menjualnya kepada rekanan nasabah atau kepada kepada nasabah itu sendiri secara tunai atau secara cicilan. Harga jual yang ditetapkan bank adalah harga beli dari nasabah ditambah keuntungan. Dalam hal bank menjualnya secara tunai biasanya disebut pembiayaan talangan (*bridging financing*). Sedangkan dalam hal bank menjualnya secara cicilan, kedua pihak harus menyepakati harga jual dan jangka waktu pembayaran harga jual dicantumkan dalam akad jual beli dan jika telah disepakati tidak dapat berubah selama berlakunya

akad. Umumnya transaksi ini ditetapkan dalam pembiayaan barang yang belum ada seperti pembelian komoditas pertanian oleh bank untuk kemudian diual kembali secara tunai atau secara cicilan. Landasan syariah salam adalah fatwa DSN MUI No.05/DSN-MUI/IV/2000<sup>40</sup> tentang jual beli salam.

- c) Akad Istishna' adalah akad pembiayaan barang dalam bentuk pemesanan pembuatan barang tertentu dengan kriteria dan persyaratan tertentu yang disepakati antara pemesan atau pembeli (*mustashni'*) dan penjual atau pembuat (*shani'*). Produk *istishna* menyerupai produk salam, namun salam *istishna* pembayarannya dapat dilakukan oleh bank dalam beberapa kali (*termin*) pembayaran. Skim *istishna* dalam bank syariah umumnya diaplikasikan pada pembiayaan manufaktur dan konstruksi. Landasan syariah *istishna'* adalah fatwa DSN MUI No. 06/DSN-MUI/IV/2000 tentang jual beli Istishna' dan No.22/DSN-MUI/III/2002 tentang jual beli istishna' paralel.<sup>41</sup>
- d) Akad *mudharabah*<sup>42</sup> dalam pembiayaan adalah akad kerja sama suatu usaha antara pihak pertama (*malik, shahbul mal*, atau bank syariah) yang menyediakan seluruh modal dan pihak kedua (*amil, mudhorib*, atau nasabah) yang bertindak selaku pengelola dana dengan membagi keuntungan usaha sesuai

---

<sup>40</sup> *Ibid*, h. 80

<sup>41</sup> *Ibid*, h. 81

<sup>42</sup> Naf'an, *Pembiayaan Musyarakah dan Mudharabah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014),

dengan kesepakatan yang dituangkan dalam akad, sedangkan kerugian ditanggung sepenuhnya oleh bank syariah kecuali jika pihak kedua melakukan kesalahan yang disengaja, lalai atau menyalahi perjanjian. Landasan syariah pembiayaan mudharabah adalah Fatwa DSN MUI No.07/DSN-MUI/IV/2000 tentang pembiayaan *mudharabah (Qiradh)*.

- e) Akad *musyarakah* adalah akad kerja sama di antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu yang masing-masing pihak memberikan porsi dana dengan ketentuan bahwa keuntungan akan dibagi sesuai dengan kesepakatan, sedangkan kerugian ditanggung sesuai dengan porsi dana masing-masing. Landasan syariah pembiayaan musyarakah adalah fatwa DSN MUI No. 08/DSN-MUI/IV/2000 tentang pembiayaan musyarakah.<sup>43</sup>
- f) Qardh adalah akad pinjaman dana kepada nasabah dengan ketentuan bahwa nasabah wajib mengembalikan pokok pinjaman yang diterimanya pada waktu yang telah disepakati baik secara sekaligus maupun cicilan. Landasan syariah akad *qardh* adalah fatwa DSN MUI No.19/DSN-MUI/IV/2000 tentang qardh.<sup>44</sup>
- g) Akad *ijarah* adalah akad penyediaan dana dalam rangka memindahkan hak guna atau manfaat dari suatu barang atau

---

<sup>43</sup> Andri Soemitra, *Op.Cit*, h. 83

<sup>44</sup> *Ibid*, h. 84

jasa berdasarkan transaksi sewa, tanpa diikuti dengan pemindahan kepemilikan barang itu sendiri. Landasan syariah akad *ijarah* adalah fatwa DSN MUI No.09/DSN-MUI/IV/2000 tentang pembiayaan *ijarah*.

- h) Akad *ijarah muntahiya bittamlik* adalah akad penyediaan dana dalam rangka memindahkan hak guna atau manfaat dari suatu barang atau jasa berdasarkan transaksi sewa dengan opsi pemindahan kepemilikan barang. Landasan syariah *ijarah muntahiya bittamlik* adalah fatwa DSN MUI No.27/DSN-MUI/III/2002 tentang *ijarah muntahiya bittamlik*.<sup>45</sup>

Dari uraian tersebut setiap nasabah mempunyai keinginan yang berbeda-beda untuk menikmati produk yang ada, dan dalam ajaran agama Islam, umat muslim memang dianjurkan untuk menabung, yang terdapat dalam surat Yusuf, menabung adalah pelajaran yang dapat diteladani dari kisah nabi Yusuf AS. Hal ini juga tercantum dalam Al-Qur'an, yaitu QS. Yusuf ayat 47-48 yang berbunyi:<sup>46</sup>

قَالَ تَزْرَعُونَ سَبْعَ سِنِينَ دَأْبًا فَمَا حَصَدْتُمْ فَذَرُوهُ فِي سُنْبُلِهِ إِلَّا قَلِيلًا مِّمَّا تَأْكُلُونَ (٤٧)  
ثُمَّ يَأْتِي مِنْ بَعْدِ ذَلِكَ سَبْعٌ شِدَادٌ يَأْكُلْنَ مَا قَدَّمْتُمْ لَهُنَّ إِلَّا قَلِيلًا مِّمَّا نُخْصِنُونَ  
(٤٨)

<sup>45</sup> *Ibid*, h. 85

<sup>46</sup> Dewan Pengurus Nasional FORDEBI dan ADESY, *Ekonomi dan Bisnis Islam, seri konsep dan Aplikasi Ekonomi dan Bisnis Islam*, h. 322

Artinya: “Yusuf berkata: “Supaya kamu bertanam tujuh tahun (lamanya) sebagaimana biasa: Maka apa yang kamu tuai hendalah kamu biarkan dibulirnya kecuali sedikit untuk kamu makan (47) Kemudian sesudah itu akan datang tujuh tahun yang amat sulit, yang menghabiskan apa yang kamu simpan untuk menghadapinya (tahun sulit), kecuali sedikit dari (bibit gandum) yang kamu simpan (48).”

Berikut ini produk tabungan yang terdapat di BNI Syariah Bandar Lampung yaitu<sup>47</sup>:

a. Tabungan BNI Dollar IB Hasanah

Tabungan yang dikelola dengan akad mudharabah yang memberikan berbagai fasilitas serta kemudahan bagi Nasabah Perorangan dan Non Perorangan dalam mata uang USD.

b. Tabungan BNI Simpel IB Hasanah

Tabungan dengan akad wadiah untuk siswa berusia di bawah 17 tahun dengan persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik untuk mendorong budaya menabung sejak dini

c. Tabungan BNI Baitullah iB Hasanah

BNI Baitullah IB Hasanah adalah tabungan dengan akad Mudharabah atau Wadiah yang dipergunakan sebagai sarana untuk mendapatkan kepastian porsi berangkat menunaikan ibadah Haji (Reguler/Khusus) dan

---

<sup>47</sup> <http://www.bnisyariah.co.id/kategori-produk/tabungan> diakses pada hari sabtu, 18 Februari 2017 pukul 22.20.

merencanakan ibadah Umrah sesuai keinginan penabung dengan sistem setoran bebas atau bulanan dalam mata uang Rupiah dan USD.

d. Tabungan BNI Prima iB Hasanah

BNI Prima iB Hasanah adalah tabungan dengan akad Mudharabah yang memberikan berbagai fasilitas serta kemudahan bagi Nasabah segmen high networth individuals secara perorangan dalam mata uang rupiah dan bagi hasil yang lebih kompetitif.

e. Tabungan BNI Tunas iB Hasanah

BNI Tunas iB Hasanah adalah tabungan dengan akad Wadiah yang diperuntukkan bagi anak-anak dan pelajar yang berusia di bawah 17 tahun.

f. Tabungan BNI Bisnis iB Hasanah

BNI Bisnis iB Hasanah adalah tabungan dengan akad Mudharabah yang dilengkapi dengan detail mutasi debit dan kredit pada buku tabungan dan bagi hasil yang lebih kompetitif dalam mata uang rupiah.

g. BNI iB Hasanah

BNI iB Hasanah adalah tabungan dengan akad Mudharabah atau Wadiah yang memberikan berbagai fasilitas serta kemudahan dalam mata uang Rupiah.

h. BNI Tapenas iB Hasanah

adalah tabungan berjangka dengan akad Mudharabah untuk perencanaan masa depan yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan sistem setoran bulanan yang bermanfaat untuk membantu menyiapkan rencana



masa depan seperti rencana liburan, ibadah umrah, pendidikan ataupun rencana masa depan lainnya.

i. BNI TabunganKu iB Hasanah ialah

produk simpanan dana dari Bank Indonesia yang dikelola sesuai dengan prinsip syariah dengan akad Wadiah dalam mata uang Rupiah untuk meningkatkan kesadaran menabung masyarakat.

#### **D. Pelayanan**

##### **1. Pengertian Pelayanan**

Menurut Kotler pelayanan adalah sesuatu yang tidak berwujud yang merupakan tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun.

##### **2. Kualitas Pelayanan Jasa Dalam Perspektif Islam**

Kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan tentunya tidaklah hanya bertujuan untuk memberikan kepuasan semata. Sebagai seorang muslim dalam memberikan pelayanan haruslah mendasarkan pada nilai-nilai syariah, guna mewujudkan nilai ketakwaan sekaligus membuktikan konsistensi keimanannya dalam rangka menjalankan misi syariah Islam. Tentunya hal tersebut dilakukan tidaklah hanya berorientasi pada komitmen materi semata, namun sebagai bagian dari nilai ibadah.

Kepuasan nasabah merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang kurangnya sama atau melampaui harapan nasabah,

sedangkan ketidakpuasan timbul apabila pelayanan tidak memenuhi harapan nasabah.

### 3. Karakteristik Pelayanan dalam Pandangan Islam

Ada 6 (enam) karakteristik pelayanan dalam pandangan Islam yang dapat digunakan sebagai panduan, antara lain:<sup>48</sup>

1. Jujur, yaitu sikap yang tidak berbohong, tidak menipu, tidak mengada-adakan fakta, tidak berkhianat serta tidak pernah ingkar janji.

Hal ini sesuai dengan Al-Qur'an surat Asy-Syu'ara (26): 181-183.

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ (181) وَزِنُوا بِالْقِسْطِاسِ الْمُسْتَقِيمِ (182)

وَلَا تَبْخَسُوا النَّاسَ أَشْيَاءَهُمْ وَلَا تَعْتُوا فِي الْأَرْضِ مُفْسِدِينَ (183)

Artinya:

Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan, dan timbanglah dengan timbangan yang lurus dan janganlah kamu merugikan manusia padahak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan.<sup>49</sup>

2. Bertanggung jawab dan terpercaya (Al-Amanah) yaitu suatu sikap dalam menjalankan bisnisnya selalu bertanggung jawab dan dapat dipercaya.

3. Tidak menipu (Al-Kazib) yaitu sikap yang sangat mulia dalam menjalankan bisnisnya adalah tidak pernah menipu, seperti praktik

<sup>48</sup> Fandi Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (Bayumedia, Yogyakarta, 2011), h. 433.

<sup>49</sup> Asy-Syu'ara (26): 181-183.

bisnis dan dagang yang diterapkan oleh Rasulullah SAW adalah tidak pernah menipu.

4. Menepati janji dan tidak curang yaitu sikap pebisnis yang selalu menepati janji baik kepada pembeli maupun diantara sesama pebisnis.

5. Melayani dengan rendah hati (Khidmah) yaitu sikap ramah tamah, sopan santun, murah senyum, suka mengalah, namun tetap penuh tanggung jawab.

6. Tidak melupakan akhirat, yaitu ketika sedang menjalankan bisnisnya tidak boleh terlalu menyibukkan dirinya semata-mata untuk mencari keuntungan materi dengan meninggalkan keuntungan akhirat, sehingga jika datang waktu shalat, mereka wajib melaksanakannya sebelum habis waktunya.

Dalam pandangan Islam yang dijadikan tolak ukur untuk menilai kualitas pelayanan terhadap nasabah yaitu standarisasi syariah Islam. Islam mesyari'atkan kepada manusia agar selalu terikat dengan hukum *syara'* dalam menjalankan setiap aktivitas ataupun memecahkan setiap permasalahan. Di dalam Islam tidak mengenal kebebasan beraqidah ataupun kebebasan beribadah, apabila seseorang telah memeluk Islam sebagai keyakinan aqidahnya, maka baginya wajib untuk terikat dengan seluruh syariah Islam dan diwajibkan untuk menyembah Allah SWT sesuai dengan carayang sudah ditetapkan. Oleh karena itu, variabel-variabel yang diuji tidaklah murni menggunakan teori konvensional saja, namun menjadikan syariah sebagai standar penilaian atas teori tersebut.

#### 4 Dimensi-dimensi kualitas Pelayanan

Upaya yang dilakukan perusahaan dalam mewujudkan kualitas pelayanan yang baik, dapat diukur melalui dimensi kualitas pelayanan. Terdapat enam dimensi Servqual (Service Quality) yang dipakai untuk mengukur kualitas pelayanan perbankan syariah yaitu:

##### a) *Reliability* (kehandalan)

*Reliability* adalah kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat serta memuaskan, artinya pelayanan yang diberikan handal dan bertanggung jawab, karyawan sopan dan ramah.

<sup>50</sup>Bila ini dijalankan dengan baik maka nasabah merasa sangat dihargai.

Sebagai muslim, telah ada contoh teladan yang tentunya bisa dijadikan pedoman dalam menjalankan aktifitas perniagaan. Seorang muslim harus melaksanakan jasa kepada nasabah dengan meniru suri tauladan yaitu Rasulullah. Allah SWT berfirman: (QS. Al-Azhab (33) : 21).<sup>51</sup>

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُو اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ  
وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا (٢١)

Artinya:

Sesungguhnya telah ada pada (diri Rasulullah itu) suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari kiamat dan dia banyak menyebut Allah.

---

<sup>50</sup> Rambat Lupioadi, Manajemen Pemasaran Jasa, (Salemba empat, Jakarta, 2000) h.182. Pada skripsi Abdi Sahreza, "Pengaruh Kualitas Pelayanan jasa terhadap kepuasan nasabah di BRI Syariah Cabang Tanjung Karang dalam perspektif Islam".

<sup>51</sup> Al-Azhab (33): 21

b) *Responsiveness* (daya tanggap)

*Responsiveness* adalah respon/ kesigapan karyawan dalam membantu nasabah dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap. Dalam Islam, kita harus selalu menepati komitmen seiring dengan promosi yang dilakukan oleh perusahaan tidak bisa menepati komitmen dalam memberikan pelayanan yang baik, maka resiko yang akan terjadi akan ditinggalkan oleh pelanggan. Lebih dari itu, Allah SWT telah berfirman di dalam (QS. Al Maidah (5): 1).

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ ۖ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتْلَىٰ عَلَيْكُمْ  
غَيْرَ مُحِلِّي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ ۚ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ

Artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, penuhilah akad-akad itu, diharamkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji, sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya”.<sup>52</sup>

c) *Assurance* (jaminan)

*Assurance* adalah kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk/jasa secara tepat, kualitas, keramah tamahan, perkataan atau kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi dan kemampuan dalam memberikan pelayanan kepada nasabah, hendaklah selalu memperhatikan etika berkomunikasi supaya tidak melakukan manipulasi pada waktu menawarkan produk maupun berbicara

---

<sup>52</sup> Al-Maidah (5): 1

dengan kebohongan sehingga perusahaan tetap mendapatkan kepercayaan dari nasabah, dan yang terpenting adalah tidak melanggar syariat dalam bermualamah. Allah SWT tealah mengingatkan sebagaimana yang termaktub dalam

(QS. An-Nisa (4): 29).

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya:

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan berniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu”.<sup>53</sup>

d) *Emphaty* (perhatian)

*Emphay* adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi kepada para nasabahnya. Perhatian yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen haruslah dilandasi dengan aspek keimanan dalam rangka mengikuti seruan Allah SWT untuk selalu berbuat baik kepada orang lain. Alah telah berfiman

(QS. An-Nahl (16): 90).

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ

لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

<sup>53</sup> An-Nisa (4): 29



Artinya:

“Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran”.<sup>54</sup>

e) *Tangibles* (bukti fisik)

*Tangibles* adalah suatu bentuk penampilan fisik contohnya adalah gedung, kamar mandi, tempat parkir, media komunikasi dan hal-hal yang lainnya yang bersifat fisik. Bahwa dalam menjalankan operasional perusahaannya harus memperhatikan sisi penampilan fisik para pengelola maupun karyawannya dalam hal berbusana yang santun, beretika, dan syar’i. Hal ini sebagaimana yang telah Allah SWT firmankan dalam

(QS. Al-A’raf (7): 26)

يَبْنِي آدَمَ قَدْ أَنْزَلْنَا عَلَيْكُمْ لِبَاسًا يُؤَارِي سَوْآتِكُمْ وَرِيشًا وَلِبَاسُ التَّقْوَىٰ

ذَٰلِكَ خَيْرٌ ذَٰلِكَ مِنْ آيَةِ اللَّهِ لَعَلَّهُمْ يَذَّكَّرُونَ

Artinya:

“Hai anak Adam, sesungguhnya kami telah menurunkan kepadamu pakaian untuk menutup auratmu dan pakaian indah untuk perhiasan. Dan pakaian takwa itulah yang paling baik. Yang demikian itu adalah sebahagian dari tanda-tanda kekuasaan Allah, mudah-mudahan mereka selalu ingat.

---

<sup>54</sup> An-Nahl (16): 90

## E. Religiusitas

### 1 Pengertian Religiusitas

Secara umum religiusitas dipandang sebagai sikap seseorang individu dalam menyikapi sebuah agama, akan tetapi lebih dalam dari itu merupakan sikap dan perilaku seseorang secara menyeluruh terhadap agama atau aliran yang diyakininya.<sup>55</sup>

Sedangkan Menurut Mokhlis yang dikutip oleh Asraf, *Religiosity is the degree to which an individual is committed to his or her religion*. Religiusitas adalah tingkat di mana seseorang setia kepada agamanya. Sedangkan menurut Magill yang dikutip oleh Asraf, di mana religiusitas merupakan sikap seseorang terhadap agama secara umum, bukan hanya kepada satu aspek atau bidangnya saja dari agama, tetapi lebih kepada sikap seseorang dalam memperlihatkan atau menunjukkan intensitas seseorang untuk menjadi orang beragama.

Religiusitas merupakan bentuk aspek religi yang telah dihayati oleh individu di dalam hati. Makna religiusitas digambarkan dalam beberapa aspek-aspek yang harus dipenuhi sebagai petunjuk mengenai bagaimana cara menjalankan hidup dengan benar agar manusia dapat mencapai kebahagiaan, baik di dunia dan ahirat. Islam adalah suatu cara hidup yang dapat membimbing seluruh aspek kehidupan manusia dengan

---

<sup>55</sup> Asraf, *Op. Cit*, h. 63.

aqidah, syariah, dan akhlaq. Pada aspek akidah yaitu berhubungan dengan masalah-masalah keimanan dan dasar-dasar agama.<sup>56</sup>

Akidah memberikan dasar bagi seseorang mengenai hakikat apa yang harus dilakukan dalam hidupnya. Sehingga apa yang dilakukan seseorang dalam hidupnya akan selalu berpegang teguh pada akidahnya. Selanjutnya terdapat aspek syariah yang berisi aturan atau hukum-hukum yang berkaitan dengan perintah dan larangan sebagai penuntun hidup. Perkembangan kehidupan manusia yang semakin berkembang dan dinamis menjadikan aspek syariah mengalami banyak perubahan.

Perubahan tersebut terutama terjadi dalam konsep bermuamalah sehingga mengharuskan perubahan pula pada syariat.

Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan dalam Al-Qur'an

..... لِكُلِّ جَعَلْنَا مِنْكُمْ شِرْعَةً وَمِنْهَاجًا ..... :

Artinya: Untuk tiap – tiap umat diantara kamu, kami berikan aturan dan jalan yang terang” (Al- Maidah : 48).

Akhlaq yang merupakan perilaku atau sikap hidup yang dilakukan sebagai wujud adanya akidah dan syariah yang menjadi tolak ukur kualitas keberagamaan seseorang. Oleh karena itu kepatuhan agama dalam melakukan segala sesuatu merupakan wujud adanya aspek aqidah, syariah, dan akhlak.

---

<sup>56</sup> Alfi Mulikhah Lestari, “Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, Kepercayaan, Pengetahuan, dan Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Pada Perbankan Syariah”. *Jurnal Ilmiah*, (Malang, 2015). h. 8

Religiusitas diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupan termasuk aspek ekonomi. Pada zaman modern ini kegiatan perekonomian tidak akan sempurna tanpa adanya lembaga perbankan. Lembaga perbankan tersebut termasuk ke dalam aspek syariat yang berhubungan dengan kegiatan muamalah. Dalam kegiatan bermuamalah, perlu diperhatikan bahwa semua transaksi dibolehkan kecuali yang diharamkan oleh syariat. Dan penyebab terlarangnya sebuah transaksi menurut syariat dikarenakan adanya faktor haram zatnya, haram selain zatnya, dan tidak sah. Haram zatnya disebabkan oleh objek transaksinya yang haram, haram selain zatnya didasarkan bahwa setiap transaksi haruslah memiliki prinsip kerelaan atau kedua belah pihak yang sama-sama ridho terhadap terjadinya suatu transaksi sehingga tidak akan terjadi tadhlis yaitu penipuan.<sup>57</sup> Haram selain zatnya dalam praktek kegiatan perekonomian karena melanggar beberapa hal berikut, yaitu : gharar, ihtikar, bai'najasy, riba, maysir, risywah. Selain itu adanya dukungan dari Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) Majelis Ulama Indonesia (MUI) tahun 2003 bahwa bunga tidak sesuai dengan syariat islam. Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan dalam Al – Qur'an:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan” (Ali Imran ayat 130).

---

<sup>57</sup> *Ibid*, h. 9

Dan yang terakhir harus memperhatikan lengkap atau tidaknya akad yang dilakukan. Suatu transaksi dapat dikatakan tidak sah atau sah karena adanya rukun dan syarat suatu transaksi. Hal tersebut dikarenakan agar bisnis yang dijalankan di perbankan syariah akan jelas sehingga keberlangsungan bisnis tersebut termasuk kedalam bisnis halal yang memberi keuntungan material dan spiritual.

## 2. Religiusitas Dalam Al-Qur'an

Konsep religiusitas dalam Al-Qur'an dijabarkan secara jelas melalui nilai-nilai ketauhidan. Dimana nilai tauhid tersebut tergambar pada kepercayaan atas keesaan Allah, sebagai pencipta semesta, yang maha mulia, maha perkasa, maha abadi, dan seluruh sifat-Nya yang agung seperti termaktub dalam ayat-ayat Al-Qur'an. Ketika kepercayaan atas keesaan Allah terbentuk, maka seluruh perintah yang diturunkannya akan berpengaruh besar bagi kehidupan para umat-Nya. Pengaruh tersebut akan mengalir seluruh sendi-sendi hidup manusia, dan berbau kedalam budaya yang khas atas masing-masing umat serta menjadi elemen inti dari tiap-tiap manusia.

Dengan demikian seluruh tindakan dan seluruh aktifitas yang dilakukan harus dikarenakan atas Allah, bukan hanya dalam bentuk ibadah melainkan juga dalam kegiatan dunia. Memfokuskan kehidupan kita pada suatu tujuan, yaitu tauhid, akan membuat kita menjadi lebih efisien.<sup>58</sup>

---

<sup>58</sup> Jabnour. Naceur, *Islam and manajemen*, Riyadh: International Islamic Publishing House, 2005, h. 39: pada skripsi Norfa Malia Rosa Hasibuan, "Peran Religiusitas Terhadap Pola Konsumsi Masyarakat Muslim Perspektif Ekonomi Islam".

Seluruh tindakan dan tujuan kita menjadi koheren karena memiliki lebih dari satu tujuan akhir akan mencegah kapabilitas kita menjadi berbagai bagian dan tentunya akan menghalangi kesuksesan. Kita tidak bisa berdo'a dan beribadah kepada Allah, sementara kita pun melakukan pola konsumsi yang mengakibatkan sikap boros. Beribadah pada Allah akan menghapus sikap boros dalam diri kita.

Religiusitas berarti berkomitmen penuh kepada Allah dan percaya bahwa tiada tuhan selain Allah, dan dengan keyakinan tersebut kita tidak membiarkan tujuan dan segala tindakan kita terpecah menjadi dua tujuan yaitu kehidupan dunia dan kehidupan akhirat.

### 3. Dimensi-dimensi Religiusitas<sup>59</sup>

Menurut Glock dan Stark ada lima dimensi religiusitas, yaitu:

- a) Dimensi keyakinan ( *Religious Belief/ The Ideological Dimension* ) berisi dorongan dan pengharapan dari seseorang yang beragama dan berpegang teguh pada pandangan dan nilai teologis atau ketuhanan dari agama yang dianutnya sampai pada mengakui kebenaran dari doktrin agama tersebut. Apabila dalam Islam keyakinan akan hal tersebut disebut aqidah.
- b) Dimensi ritual ( *Religioius Practice/ Ritualistic Dimension* ) menyangkut perilaku penyembahan atau pemujaan, ketaatan, atau

---

<sup>59</sup> Glock & Stark, dkk, *Psikologi Terapan, Mengupas Dinamika Kehidupan Umat Manusia* ( Yogyakarta: Darussalam, 2004) h. 58. Pada tesis S2, Fadlyka Himmah Syahputera Harahap, " Analisis Pengaruh Religiusitas dan Pendapatan Usaha Nasabah Serta Margin Bank Terhadap Keputusan Nasabah Mengambil Pembiayaan Bank Syariah.



kepatuhan terhadap doktrin yang ditunjukkan dengan cara melakukan aktifitas keagamaan sesuai dengan aturan yang ada sehingga aktifitas tersebut dapat menunjukkan komitmen seseorang terhadap agama yang dianutnya. Contohnya shalat lima waktu, puasa, ibadah haji, dan lainnya yang nampak sebagai sebuah kegiatan keagamaan.

- c) Dimensi pengalaman rohaniah ( *Religious Feeling/ The Experiential Dimension*) berisi perasaan-perasaan, persepsi-persepsi dan sensasi yang dirasakan dan dialami seseorang dalam berhubungan dengan kekuatan supranatural (pengalaman batin) setelah seseorang melakukan aktifitas keagamaan, seperti ketenangan jiwa setelah shalat, kesejukan hati setelah membaca Al-Qur'an.
- d) Dimensi pengetahuan agama ( *Religion Knowledge/ The Intellectual Dimension*) menyangkut pengetahuan minimal dan dasar yang harus dimiliki oleh seseorang tentang agamanya, misalnya dalam Islam seseorang paling tidak mengetahui tentang rukun iman, rukun Islam, tata cara dan rukun shalat dan lainnya.
- e) Dimensi pengalaman atau konsekuensi ( *Religion Effect/ The Consequential Dimension* ) adalah merupakan akibat dari dimensi-dimensi sebelumnya yang tampak dalam kehidupan sehari-hari atau dapat disebut sebagai aktualisasi nilai-nilai agama yang sudah terinternalisasi dan terintegrasi dalam berbagai aspek kehidupan. Dalam Islam yang termasuk di dalamnya adalah aqidah akhlak, seperti

perilaku *tawadhu* (rendah hati), jujur, *tasamuh* (toleran) dan *ta'awun* (suka menolong).

## F. Keputusan Pembelian

### 1. Teori Pengambilan Keputusan<sup>60</sup>

Keputusan adalah pemilihan di antara alternatif-alternatif yang mengandung tiga pengertian, yaitu:

- 1) Ada pilihan atas dasar logika atau pertimbangan;
- 2) Ada beberapa alternatif yang harus dan dipilih salah satu yang terbaik, dan
- 3) Ada tujuan yang ingin dicapai, dan keputusan ini makin mendekatkan pada tujuan tersebut.

Keputusan adalah suatu pengakhiran daripada proses pemikiran tentang suatu masalah atau problema untuk menjawab pertanyaan apa yang harus diperbuat guna mengatasi masalah tersebut, dengan menjatuhkan pilihan pada suatu alternatif. Sejalan dengan perilaku konsumen, maka pengambilan keputusan konsumen (*consumer decision making*) dapat didefinisikan sebagai suatu proses dimana konsumen melakukan penilaian terhadap berbagai alternatif pilihan, dan memilih salah satu atau lebih alternatif yang diperlukan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan tertentu. Pengambilan

---

<sup>60</sup> Ghozali Maski, “ Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Pendekatan Komponen dan Model Logistik, Studi pada Bank Syariah Malang”, *Journal of Indonesia Applied Economics*, Vol 4 No. 1 ( Mei. 2010) h. 4

keputusan adalah suatu kelanjutan dari cara pemecahan masalah yang memiliki fungsi antara lain sebagai berikut:

- 1) Pangkal permulaan dari semua aktivitas manusia yang sadar dan terarah, baik secara individual maupun secara kelompok, baik secara institusional maupun secara organisasional;
- 2) Sesuatu yang bersifat futuristic, artinya bersangkut paut dengan hari depan, masa yang akan datang, di mana efeknya atau pengaruhnya berlangsung cukup lama.

Sedangkan tujuan pengambilan keputusan dapat dibedakan menjadi dua, yaitu:

- 1) Tujuan yang bersifat tunggal
- 2) Tujuan yang bersifat ganda

Agar pengambilan keputusan dapat lebih terarah, maka perlu diketahui unsur-unsur atau komponen-komponen dari pengambilan keputusan tersebut. Unsur-unsur dari pengambilan keputusan tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Tujuan dari pengambilan keputusan, adalah mengetahui lebih dahulu apa tujuan dari pengambilan keputusan itu
- 2) Identifikasi alternatif-alternatif keputusan untuk memecahkan masalah, adalah mengadakan identifikasi alternatif-alternatif yang akan dipilih untuk mencapai tujuan tersebut;
- 3) Perhitungan mengenai faktor-faktor yang tidak dapat diketahui sebelumnya atau di luar jangkauan manusia, yaitu suatu keadaan yang

dapat dibayangkan sebelumnya, namun manusia tidak sanggup atau tidak berdaya untuk mengatasinya;

- 4) Sarana atau alat untuk mengevaluasi atau mengukur hasil dari suatu pengambilan keputusan, adalah adanya sarana atau alat untuk mengevaluasi atau mengukur hasil dari pengambilan keputusan itu.

## 2. Pengertian Keputusan pembelian

Keputusan pemakaian jasa atau lebih dikenal sebagai keputusan pembelian. Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya. Menurut Kotler keputusan adalah sebuah proses pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari pengenalan masalah, mencari informasi, beberapa penilaian alternatif, membuat keputusan membeli dan perilaku setelah membeli yang dilalui konsumen. Pendapat lain, Menurut Erol dalam Muhammad, perilaku nasabah yang memilih Bank Syariah tertentu didukung oleh tingkat bagi hasil yang diberikan bank kepada para penyimpan.<sup>61</sup>

Dalam memilih Bank Syariah juga didorong oleh faktor agama, dimana nasabah menekankan pada ketaatannya terhadap prinsip-prinsip Islam, motif keuntungan yang diperoleh dengan melakukan investasi berdasarkan profit loss sharing, dorongan keluarga dan teman,

---

<sup>61</sup> Trisera, *Op.Cit.*, h. 3

keanekaragaman produk yang ditawarkan, kualitas pelayanan, serta lokasi bank yang bersangkutan.

Dengan dibelinya merek produk tertentu, proses evaluasi belum berakhir karena konsumen akan melakukan evaluasi pasca pembelian (*post purchase evaluation*). Proses evaluasi ini akan menentukan apakah konsumen merasa puas, maka kemungkinan untuk melakukan pembelian kembali pada masa depan akan terjadi, sementara itu jika konsumen tidak puas atas keputusan pembeliannya, dia akan mencari kembali berbagai informasi produk yang dibutuhkan. Proses itu akan terus berulang sampai konsumen merasa terpuaskan atas keputusan pembelian produknya.<sup>62</sup>

### 3. Proses Keputusan Pembelian<sup>63</sup>

Menurut Philip Kotler, dalam sebuah pembelian, konsumen melewati lima tahapan yaitu:

#### a. Pengenalan Produk

Proses pembelian dimulai saat pembeli mengenali sebuah masalah atau kebutuhan. Kebutuhan tersebut dapat dicetuskan oleh rangsangan internal atau eksternal. Sebuah perusahaan perlu mengidentifikasi keadaan yang memicu kebutuhan tertentu. Dengan mengumpulkan informasi dari sejumlah konsumen, perusahaan dapat mengidentifikasi

<sup>62</sup> Sutisna, *Perilaku konsumen dan komunikasi pemasaran*, (Bandung: Rosda, 2002), h.15

<sup>63</sup> Toni Prasetyo Utomo, "Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah dalam memilih jasa perbankan syariah", *Artikel jurnal*, (Malang, 2014). h. 10

rangsangan yang paling sering membangkitkan strategi pemasaran yang memicu minat konsumen

b. Pencarian Informasi Konsumen yang tergugah kebutuhannya akan terdorong untuk mencari informasi yang lebih banyak. Situasi pencarian informasi ini terbagi menjadi dua tingkat.

- 1) perhatian yang menguat, pada tingkat ini seseorang hanya peka terhadap informasi tentang produk.
- 2) pencarian aktif informasi, pada tingkat ini seseorang akan mencari bahan bacaan, menelpon teman, dan mengunjungi toko untuk mempelajari produk. Sumber informasi konsumen digolongkan menjadi empat yaitu sumber pribadi, sumber komersial, sumber publik, dan sumber pengalaman.

#### c. Evaluasi Alternatif

Dalam tahap evaluasi, konsumen akan memproses informasi produk yang bersaing dan membuat penilaian. Beberapa konsep dasar dalam proses evaluasi konsumen dapat di paparkan menjadi tiga bagian. Pertama, konsumen berusaha untuk memenuhi suatu 'kebutuhan'. Kedua, konsumen mencari 'manfaat' tertentu dari solusi produk. Ketiga, konsumen memandang masing-masing produk sebagai 'sekumpulan atribut' dengan kemampuan yang berbeda-beda dalam memberikan manfaat yang digunakan untuk memuaskan kebutuhan.

#### d. Keputusan Pembelian



Keputusan konsumen untuk menunda atau menghindari suatu keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh resiko yang dirasakan (perceived risk). Besarnya resiko yang dirasakan berbeda menurut uang yang dipertaruhkan, besarnya ketidakpastian atribut, dan besarnya kepercayaan diri konsumen.

#### e. Perilaku Pasca Pembelian<sup>64</sup>

Setiap tindakan pembelian suatu produk dapat dipastikan hanya akan mendatangkan dua sikap, yakni puas atau tidak puas. Sikap pasca pembelian ini bergantung kepada kesesuaian harapan dan keinginan pembeli dengan performansi atau kinerja produk yang dibeli. Kepuasan akan berdampak positif berupa keinginan untuk membeli produk yang sama suatu saat nanti bila kebutuhan yang sama kembali muncul. Disisi lain, kepuasan yang di munculkan dalam perbincangan keseharian oleh si pembeli dengan sendirinya akan membawa efek promosi yang efektif untuk calon pembeli lainnya.

Sementara itu, ketidak puasan akan membawa setidaknya dua dampak buruk. Pertama, pembeli akan mengambil keputusan untuk tidak pernah lagi membelinya di masa yang akan datang. Kedua, mempengaruhi sikap calon pembeli lainnya untuk berpikir ulang atau bahkan membatalkan keputusan pembeliannya.

---

<sup>64</sup> Muhammad Ismail Yusanto, Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, (Jakarta: Gema Insani Pers, 2002), h. 166.

## G. Penelitian Terdahulu

**Tabel 2.2**

**Penelitian Terdahulu**

No	Peneliti, dan tahun	Judul Penelitian	Metode Analisa	Hasil Penelitian
1.	Yoiz Shofwa, 2015 <sup>65</sup>	Pengaruh kualitas produk dan religiusitas terhadap keputusan nasabah produk simpanan pada BSM Cabang Purwokerto	Metode Regresi Linier Berganda	Kualitas produk dan religiusitas secara bersama-sama dan secara parsial, berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menyimpan dananya di BSM Cabang Purwokerto, dan secara Parsial variabel kualitas produk dan religiusitas berpengaruh terhadap keputusan nasabah.
2	Asraf, 2014 <sup>66</sup>	Pengaruh Kualitas produk terhadap keputusan menyimpan dana di bank muamalat Indonesia cabang Pasaraman Barat dengan Religiusitas sebagai variabel moderator	Metode Regresi Linier Berganda	Hasil secara umum dapat disimpulkan bahwa religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pemilihan untuk menyimpan dana pada BMI Pasaraman Barat, seta variabel religiusitas berperan sebagai variabel moderator dalam penelitian ini.
3	Nidaul Chusnah, 2016 <sup>67</sup>	Pengaruh Religiusitas, kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah	Metode Regresi Linier	Religiusitas tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas

<sup>65</sup> Yoiz Shofwa, “Pengaruh Kualitas Produk dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Produk Simpanan Pada BSM Cabang Purwokerto”, *Jurnal Ekonomi Islam, El-Jizya*, Vol 4 nomor 1 (Januari - Juni, 2016)

<sup>66</sup> Asraf, “Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan menyimpan dana di bank muamalat Indonesia cabang pasaraman barat dengan religiusitas sebagai variabel moderator”, *e-journal apresiasi ekonomi*, Vol 2 nomor 1 (Januari 2014)

<sup>67</sup> Nidaul Chusnah, “Pengaruh Religiusitas, kualitas pelayanan dan kepuasan nasabah terhadap loyalitas nasabah bank Muamalat Indonesia cabang pembantu Magelang”, *skripsi* (2016)

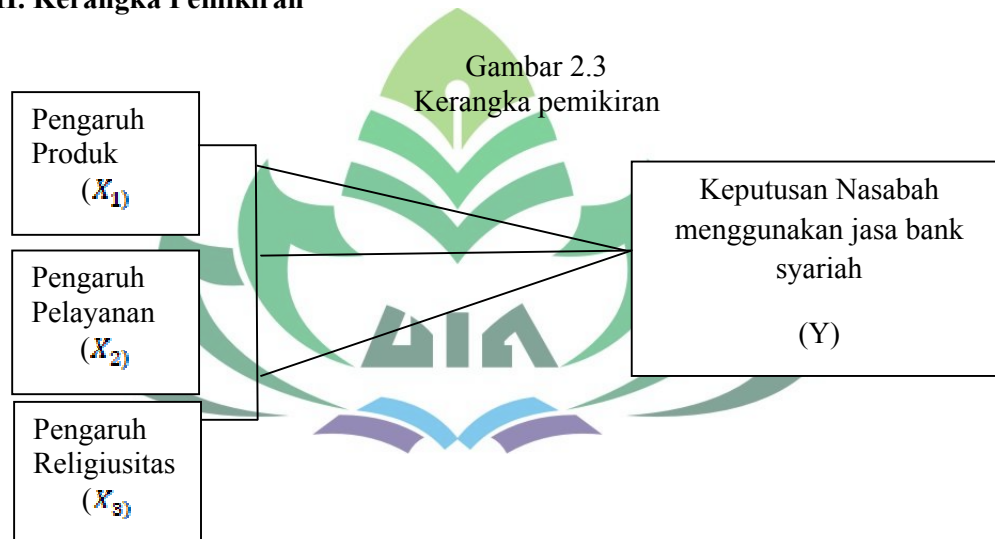
		terhadap loyalitas nasabah bank muamalat Indonesia Cabang pembantu Magelang	Berganda	nasabah, kualitas sedangkan Pelayanan dan kepuasan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah, dalam penelitian ini, kualitas pelayanan secara dominan paling berpengaruh terhadap loyalitas .
4	Muhammad Mukromin, 2017 <sup>68</sup>	Pengaruh Religiusitas, produk bank, kepercayaan, pengetahuan, dan pelayanan terhadap preferensi menabung pada Perbankan Syariah (studi kasus pada mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)	Metode Regresi Linier Berganda	Hasil dari penelitian ini adalah, variabel religiusitas, pengetahuan dan produk bank tidak berpengaruh terhadap preferensi menabung mahasiswa, sedangkan variabel kepercayaan dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi menabung mahasiswa.
5	Faridhah Nur Azizah, 2017 <sup>69</sup>	Pengaruh Religiusitas, pemahaman produk, dan pelayanan terhadap permintaan pembiayaan di KSU Ja'far Medika Syariah	Metode Regresi Linier Berganda	Hasil dari penelitian ini adalah, variabel religiusitas berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap permintaan pembiayaan pada KSU Ja'far, sedangkan pemahaman produk dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap permintaan pembiayaan pada KSU Ja'far.

<sup>68</sup> Muhammad Mukromin, “ Pengaruh Religiusitas, produk bank, dan kepercayaan, pengetahuan, dan pelayanan terhadap preferensi menabung pada perbankan syariah (studi kasus pada mahasiswa FEBI UIN Sunan Kalijaga), *skripsi* (2017)

<sup>69</sup> Faridhah Nur Azizah, “ Pengaruh Religiusitas, pemahaman produk, dan pelayanan terhadap permintaan pembiayaan di KSU Ja'far Medika Syariah”, *skripsi* (2017)

6	Bagja Sumantri, 2014 <sup>70</sup>	Pengaruh kualitas pelayanan dan produk pembiayaan terhadap minat dan keputusan menjadi nasabah di bank syariah	Metode analisis jalur AMOS	Hasil penelitian ini adalah, Pelayanan dan produk, berpengaruh terhadap minat menjadi nasabah bank syariah di Yogyakarta. Dan variabel pelayanan, produk, dan minat menjadi nasabah berpengaruh positif terhadap keputusan menjadi nasabah bank Syariah di Yogyakarta, nasabah bank syariah Yogyakarta.
---	------------------------------------	--	----------------------------	---

#### H. Kerangka Pemikiran



Kerangka berfikir ini mengemukakan tentang variabel yang akan diteliti yaitu:

Pengaruh produk, pelayanan, dan religiusitas terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah. Dalam konteks penelitian ini, maka variabel yang akan digunakan untuk diteliti dalam keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah adalah variabel Produk, Pelayanan dan Religiusitas.

<sup>70</sup> Bagja Sumantri, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Pembiayaan Terhadap Minat dan Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah”, *jurnal ekonomia*, Vol 10 nomor 2 (Oktober, 2014)

1. Produk: yang dimaksud disini adalah produk simpanan/tabungan dari Bank BNI Syariah
2. Pelayanan: Pelayanan pada BNI Syariah merupakan pelayanan yang diberikan oleh pihak BNI Syariah terhadap nasabah.
3. Religiusitas: yang dimaksud disini adalah sikap seseorang individu dalam menyikapi sebuah agama, akan tetapi lebih dalam dari itu merupakan sikap dan perilaku seseorang secara menyeluruh terhadap agama atau aliran yang diyakininya . Konsumen yang makin mengidentifikasi diri dengan agama yang dianutnya, maka semakin besar terkena pengaruhnya. Agama meletakkan dasar pengertian dan kosep moral dalam diri seseorang. Variabel ini diduga berpengaruh terhadap keputusan nasabah dalam menggunakan jasa bank syariah, karena seseorang yang memiliki religiusitas tinggi tentu akan berpaling ke ajaran agama yang dianutnya salah satunya untuk memilih Lembaga keuangan tertentu untuk menyimpan dananya ataupun untuk kebutuhan sehari-hari.

Dari kerangka pemikiran diatas, bisa diuraikan bahwa penelitian ini menggunakan data kuantitatif yang didapat dari nasabah BNI Syariah yang menjadi responden dengan pengisian kuesioner.

## **I. Hipotesis**

Hipotesis adalah sarana penelitian ilmiah yang penting dan tidak bisa ditinggalkan, karena merupakan instrumen kerja dari teori. Ada dua macam hipotesis yang dibuat dalam suatu percobaan penelitian yaitu hipotesis Nol dan hipotesis alternatif. Hipotesis nol menyatakan tidak

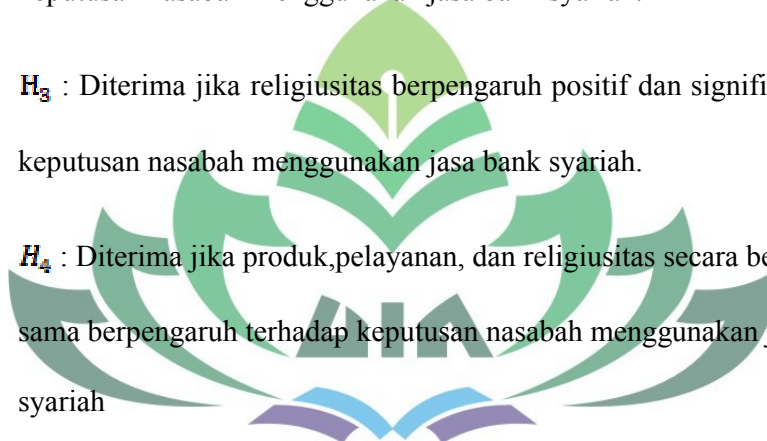
adanya perbedaan antara dua variabel, atau tidak adanya pengaruh antara Variabel X dan Variabel Y. Hipotesis alternatif menyatakan adanya hubungan hubungan antara variabel X dan Variabel Y atau adanya perbedaan antara dua kelompok.

**H<sub>1</sub>** : Diterima jika produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah.

**H<sub>2</sub>** : Diterima jika pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah.

**H<sub>3</sub>** : Diterima jika religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah.

**H<sub>4</sub>** : Diterima jika produk, pelayanan, dan religiusitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah





### BAB III

#### METODE PENELITIAN

##### A. Jenis dan sifat penelitian

###### a. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode pendekatan penelitian kuantitatif, metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positifisme digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya digunakan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. penelitian menggunakan angka-angka yang dijumlahkan sebagai data yang kemudian di analisis.

Metode ini dimaksudkan untuk menjelaskan fenomena dengan menggunakan data-data numerik, kemudian dianalisis yang umumnya menggunakan statistik.<sup>71</sup> Pendekatan kuantitatif memusatkan perhatian pada gejala-gejala yang mempunyai karakteristik tertentu di dalam kehidupan manusia yang dinamakannya sebagai variabel. Dalam pendekatan hakikat hubungan diantara variabel-variabel dianalisis dengan menggunakan teori yang objektif.

Jenis Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) adalah penelitian yang berlangsung dilakukan dilapangan atau kepada responden.

---

<sup>71</sup> Uhar Suharsaputra, *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan tindakan*, (Bandung: Refika A, 2014), hlm.49

Mengingat penelitian ini adalah penelitian lapangan, penulis menggali data-data berkenaan dengan produk-produk yang dimiliki oleh Bank BNI syariah Lampung, Pelayanan yang diberikan oleh staff BNI Syariah terhadap nasabah, serta tentang religiusitas nasabah. Selain itu peneliti menggunakan penelitian kepustakaan (*library research*). Penelitian kepustakaan adalah penelitian yang dilaksanakan dengan menggunakan literatur (kepustakaan), baik berupa buku, catatan, maupun laporan hasil penelitian terdahulu tentang produk, pelayanan, dan religiusitas terhadap keputusan nasabah.

#### b. Sifat Penelitian

Dalam skripsi ini penulis menggunakan metode pendekatan penelitian secara kuantitatif, metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positifisme digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel menggunakan Sampling Insidental, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan cocok sebagai sumber data.<sup>72</sup> pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Menurut studi tinjauan bidangnya penelitian ini masuk dalam kategori penelitian ekonomi. Berdasarkan sifat penelitian ini bersifat deskriptif eksplanasi

---

<sup>72</sup> Sugiyono, *Op. Cit*, h. 122

yaitu menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungan antara suatu variabel dengan variabel yang lain

## **B. Sumber Data**

Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data atau informasi dengan cara membaca atau mengutip, dan menyusunnya berdasarkan data-data yang telah diperoleh. Dalam penulisan skripsi ini data yang peneliti peroleh berasal dari data primer dan data sekunder.

### **a. Data Primer**

Data primer adalah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, kelompok focus, dan panel, atau juga data hasil wawancara peneliti dengan narasumber<sup>73</sup>. Dalam penelitian ini penulis memperoleh data langsung dari responden atau objek penelitian. Sumber data ini diperoleh dari:

- 1) Hasil wawancara dari objek penelitian customer service Bank BNI Syariah kantor cabang Tanjung Karang, tentang jumlah nasabah, produk-produk yang dimiliki BNI Syariah, Produk yang paling diminati nasabah dan lain sebagainya.
- 2) Kuesioner yang dibagikan kepada nasabah BNI Syariah KC Tanjung Karang. Kepada nasabah karena penulis ingin memperoleh data mengenai persepsi mereka tentang produk, pelayanan dan religiusitas nasabah pada BNI Syariah KC Tanjung Karang.

---

<sup>73</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Op. Cit*, h. 157

- 3) Beberapa data dokumentasi yang dibutuhkan dalam penyajian data penelitian, berupa gambaran umum tentang sejarah berdirinya objek penelitian, visi misi, tingkat penjualan, jumlah nasabah dan lain sebagainya.

#### b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari catatan, buku, majalah berupa laporan keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintah, artikel buku-buku sebagai teori, majalah dan lain sebagainya.<sup>74</sup> Beberapa sumber data sekunder yang peneliti peroleh antara lain yaitu mengumpulkan data-data dari internet, jurnal dan buku-buku sebagai bahan pelengkap dalam penelitian ini. Diantaranya Bank dan Lembaga Keuangan, Produk-produk Bank Syariah, Manajemen Pemasaran, dan lain sebagainya.

### C. Teknik Pengumpulan data

Teknik Pengumpulan Data merupakan cara yang dilakukan penulis untuk menangkap atau menjaring informasi kuantitatif dari responden sesuai lingkup penelitian.<sup>75</sup> Terdapat beberapa instrumen dalam teknik pengumpulan data pada penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

#### 1. Kuesioner

Metode kuesioner adalah suatu daftar yang berisikan rangkaian pertanyaan mengenai suatu masalah atau bidang yang diteliti. Dengan cara memberikan seperangkat pernyataan tertulis kepada para responden

---

<sup>74</sup> *Ibid*, h. 92.

<sup>75</sup> *Ibid*, h. 93

untuk di jawab.<sup>76</sup> Dalam penelitian ini, penulis memberikan kuesioner kepada nasabah bank yang pernah bertransaksi dan menerima pelayanan sehingga responden dapat memberikan jawaban atas pertanyaan secara tertulis.

Adapun skala yang dipakai adalah *Skala Likert*. Skala jenis ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang suatu fenomena sosial yang telah terjadi.<sup>77</sup> Dalam penelitian ini fenomena sosial yang ditetapkan oleh peneliti secara spesifik yang disebut dengan variabel penelitian. Dengan skala ini maka variabel akan diukur dan dijabarkan menjadi indikator variabel dan indikator dari variabel akan menjadi titik tolak instrumen item-item yang berupa pertanyaan ataupun pernyataan.

Dalam penelitian ini fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Kuisisioner akan dibagikan serta diisi oleh responden, yaitu nasabah dari BNI syariah.

Jawaban dari setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi, mulai dari sangat setuju sampai sangat tidak

---

<sup>76</sup> *Ibid*, h.77.

<sup>77</sup> Sugiyono, *Op.Cit*, h. 217.

setuju, atau dari positif sampai negatif. Sementara untuk keperluan analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor:

- |    |                     |       |               |
|----|---------------------|-------|---------------|
| a. | Sangat setuju       | (SS)  | diberi skor 5 |
| b. | Setuju              | (S)   | diberi skor 4 |
| c. | Ragu-ragu           | (RG)  | diberi skor 3 |
| d. | Tidak setuju        | (TS)  | diber skor 2  |
| e. | Sangat tidak setuju | (STS) | diberi skor 1 |

## 2. Observasi

Observasi adalah suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan jenis observasi nonpartisipan, dalam observasi ini peneliti tidak terlibat dan hanya sebagai pengamat independen.

## 3. Wawancara

Wawancara adalah salah satu instrumen yang digunakan untuk menggali data secara lisan.<sup>78</sup> Dalam penelitian ini, penulis melakukan interview bebas dimana pewawancara bebas menanyakan apa saja, tetap juga mengingat akan data apa saja yang dikumpulkan. Penulis melakukan wawancara langsung dengan narasumber yang ada di Bank BNI Syariah yaitu customer service dan pegawai BNI Syariah Cabang Tanjung Karang.

---

<sup>78</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Op. Cit*, h. 64.



#### 4. Analisis Dokumen

Analisis dokumen lebih mengarah pada bukti konkret. Dengan instrumen ini, kita diajak untuk menganalisis isi dari dokumen-dokumen yang dapat mendukung penelitian kita.<sup>79</sup> Penulis menggunakan metode ini untuk mendapatkan data-data yang bersumber dari dokumen tertulis maupun tidak tertulis yang sesuai dengan keperluan penelitian sekaligus pelengkap untuk mencari data-data yang lebih objektif dan kongkrit.

#### D. Variabel Penelitian dan Oprasional Variabel

Penelitian ini menggunakan empat variabel yang terbagi menjadi tiga variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel independennya adalah produk, pelayanan, dan religiusitas, sedangkan variabel dependennya adalah keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah.

##### a. Produk (X1)

Produk adalah suatu himpunan dari atribut-atribut fisik atau abstrak yang mungkin akan diterima pembeli sebagai pemenuhan kebutuhannya. Sedangkan menurut Kotler produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digandakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan. Pada penelitian ini, produk yang diteliti adalah produk tabungan.

---

<sup>79</sup> *Ibid*, h. 95.

b. Pelayanan (X2)

Penelitian ini menggunakan indikator kehandalan (*Reliability*), daya tanggap (*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*), perhatian (*Emphaty*), bukti fisik (*tangibles*).

c. Religiusitas (X3)

Religiusitas merupakan ketaatan individu terhadap perintah agama yang diyakininya. Indikator dari religiusitas yaitu: Keyakinan, ritual, pengalaman rohani, konsekuensi dan intelektual.

d. Keputusan nasabah (Y)

Keputusan nasabah merupakan proses dalam membuat keputusan untuk menggunakan jasa bank syariah pada BNI Syariah, dimana akan melalui proses pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternative, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.

## E. Populasi dan sampel

### 1. Populasi

Populasi merupakan kumpulan dari kebutuhan objek yang akan diukur dalam penelitian.<sup>80</sup> Pembatasan ini penting mengingat bahwa suatu permasalahan dalam penelitian yang telah direncanakan sebagaimana hendak dilakukan penelitian, keadaan demikian akan menyulitkan peneliti menjangkaunya bahkan tidak mungkin untuk dilaksanakan dengan sarana dan prasarana yang terbatas berkaitan dengan biaya, tenaga, transportasi dan kemudahan-kemudahan lainnya, maka populasi diambil dari jumlah nasabah Bank BNI Syariah Kantor Cabang Tanjung

<sup>80</sup>Cooper dan Schinder, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: Rineka Cipta, 2011), h. 179.

Karang sebanyak 865 nasabah<sup>81</sup>. Tetapi disini peneliti hanya akan mengambil populasi dari nasabah yang telah menyimpan dananya baik dalam bentuk tabungan, deposito, dan giro serta yang telah menggunakan jasa bank, karena nasabah tersebut telah merasakan manfaat pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

## 2. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti.<sup>82</sup>

Sampel Dalam menetapkan besarnya sampel (*sample size*) dalam penelitian ini didasarkan pada perhitungan yang dikemukakan oleh Slovin dan Husain Umar sebagai berikut.<sup>83</sup>

$$n = \frac{N}{1 + Nd^2}$$

Dimana :

n = Jumlah sampel

N = Keseluruhan Poulasi

d = Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih ditolelir atau diinginkan, sebanyak 15%.

Berdasarkan data yang diperoleh jumlah rata-rata nasabah tetap BNI Syariah tahun 2016 sebanyak 865 nasabah. Dan persen kelonggaran yang dapat ditolelir digunakan sebesar 10%. Maka jumlah sampel yang

<sup>81</sup> Wawancara dengan Customer Service BNI Syariah Tanjung Karang, tanggal 7 Juli 2017

<sup>82</sup> Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Edisi Revisi, Rineka Cipta, Jakarta, 2010, h. 174

<sup>83</sup> Basrowi dan Suwandi, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2008), h.188.

diambil dalam penelitian ini dengan data yang diperoleh dari data tersebut, dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Nd^2}$$

$$= \frac{865}{1 + 865(0,1)^2} = 89,637$$

Dengan demikian jumlah sampel adalah 89,637. Akan tetapi dibulatkan menjadi 90 nasabah. Teknik yang digunakan adalah *Sampling Insidental*<sup>84</sup> yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan/ Insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kemudian ditemui itu cocok sebagai sumber data.

#### F. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk, pelayanan dan religiusitas terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah. Oleh karena itu, model analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda.

Analisis regresi linier berganda adalah studi mengenai ketergantungan satu variabel dependen (terikat) dengan satu atau lebih variabel independen (bebas), yang bertujuan untuk memprediksi rata-rata variabel dependen didasarkan nilai variabel independen yang diketahui.<sup>85</sup>

Sebelum melakukan analisis data tersebut, maka penulis perlu melakukan sebuah pengujian pada instrumen pengumpulan data yang digunakan agar data

---

<sup>84</sup> Sugiyono, *Op.Cit*, h. 122

<sup>85</sup> *Ibid*, h. 184

yang diperoleh tersebut benar-benar andal dan dapat dipertanggung jawabkan. alat uji ini bertujuan untuk mengetahui dua variable antara variable independen X dengan variable dependen Y yang akan dikenai prosedur analisis statistic regresi apakah menunjukkan hubungan linier atau tidak.<sup>86</sup>

### 1. Uji Validitas dan Reliabilitas

#### a. Validitas

Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dilaporkan oleh peneliti.<sup>87</sup> Validitas suatu instrumen akan menggambarkan tingkat kemampuan alat ukur yang digunakan untuk mengungkapkan sesuatu yang menjadi sasaran pokok pengukuran. Apabila instrumen pengumpul data yang digunakan untuk mengungkapkan sesuatu yang menjadi sasaran pokok pengukuran. Apabila instrumen pengumpul data yang digunakan mampu mengukur apa yang akan diukur, maka data yang dihasilkan dapat dinyatakan valid. Dalam melakukan uji validitas ini, peneliti akan menggunakan metode komputersasi SPSS 16. Adapun rumus untuk menghitung validitas adalah:<sup>88</sup>

$$R = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{N\sum x^2 - (\sum x)^2\} \times \{N\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

<sup>86</sup> Duwi Priyanto, *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis dan Penelitian SPSS*, Gava Media, Yogyakarta, 2010, h. 54

<sup>87</sup> *Ibid*, h. 118

<sup>88</sup> Moh. Pabundu Tika, *Metode Penelitian Bisnis*, Bumi Aksara, Jakarta, 2006, h. 65

R: Koefisien validitas item yang dicari

X: Skor responden untuk setiap item

$\sum X$  : Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$ : Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum X^2$ : Jumlah kuadrat masing-masing skor X

$\sum Y^2$ : Jumlah kuadrat masing-masing skor

N: Jumlah responden

Dalam menentukan layak atau tidaknya suatu item yang akan digunakan, biasanya dilakukan uji signifikansi koefisien pada taraf signifikansi 0,05. Artinya suatu item dianggap valid jika berkorelasi signifikan terhadap skor total atau instrumen dinyatakan valid bila  $r$  hitung  $\geq r$  tabel. Maka bila hasil uji nilai instrumen lebih besar dari  $r$  tabel maka instrumen yang diujikan dapat dinyatakan valid.

#### b. Reliabilitas

Reliabilitas adalah bila instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik.<sup>89</sup> Uji Reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai  $\text{Alpha} > 0,60$  maka reliabel.<sup>90</sup>

#### 2. Uji Asumsi Klasik

Pada penelitian ini juga akan dilakukan pengujian penyimpangan, asumsi klasik terhadap model regresi yang telah diolah yang meliputi:

<sup>89</sup> Suharsimi Arikunto, *Op.Cit*, h. 221

<sup>90</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Op.Cit*, H. 110

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variable terikat dan variable bebas keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji *Kolmogrov Smirnov* satu arah. Pengambilan kesimpulan untuk menentukan apakah suatu data mengikuti distribusi normal atau tidak adalah dengan menilai nilai signifikannya. Jika signifikan  $> 0,05$  maka variabel berdistribusi normal dan sebaliknya jika signifikan  $< 0,05$  maka variabel tidak berdistribusi normal.<sup>91</sup>

b. Uji Multikolineritas

Uji multikolonieritas adalah situasi adanya korelasi variabel-variabel bebas diantara satu dengan yang lainnya. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah tiap-tiap variabel saling berhubungan secara linier. Uji multikolonieritas dapat dilihat dari *Variance Inflation Faktor (VIF)* dan nilai *tolerance*. Kedua ukuran ini menunjukkan sikap variabel independen manakah yang dijelaskan variabel independen lainnya. Multikolonieritas terjadi jika nilai tolerance  $< 0,10$  atau sama dengan VIF  $> 10$ . Jika nilai VIF tidak ada yang melebihi 10, maka dapat dikatakan bahwa

---

<sup>91</sup> *Ibid*, h. 225



multikolonieritas yang terjadi jika tidak berbahaya (lolos uji multikolinieritas).<sup>92</sup>

### c. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan kepengamatan yang lain tetap maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini menggunakan uji statistic *Scatter Plot*. Metode yang digunakan untuk menentukan ada tidaknya gejala heteroskedastisitas adalah melalui grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID).

### 3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis untuk menjawab rumusan ketiga dalam penelitian ini menggunakan metode regresi linear berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen ( $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$ ) dengan variabel dependen ( $Y$ ). Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Data

---

<sup>92</sup> Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, cet.IV (Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2009) h. 95-96.

yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio. Dengan rumus sebagai berikut:

Keterangan: <sup>93</sup>

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Y = Variabel dependen (Keputusan nasabah)

X1 = Variabel independen (Produk BNI Syariah)

X2 = Variabel independen (Pelayanan BNI Syariah)

X3 = Variabel independen (Religiusitas Nasabah)

a = konstanta yaitu ( nilai Y bila X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, X<sub>3</sub>) = 0

b = koefisien regresi (nilai peningkatan ataupun penurunan)

### 3. Uji Hipotesis

Uji t → Uji t Pengujian ini dilakukan untuk melihat seberapa jauh pengaruh variabel independen secara individual (parsial) dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji dapat dilaksanakan dengan langkah membandingkan t hitung dengan t tabel dengan derajat keabsahan 5%.

1) Jika  $T_{hitung} > T_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Jadi variabel independen secara parsial memiliki pengaruh nyata terhadap variabel dependen.

2) Jika  $T_{hitung} < T_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Jadi variabel independen secara parsial tidak memiliki pengaruh nyata terhadap variabel dependen.

---

<sup>93</sup> Sugiyono, *Op.Cit*, h. 284.

Uji t juga dapat dilakukan dengan melihat nilai signifikansi yang dibandingkan dengan nilai  $\alpha = 0,05$  (5%). Pengambilan kesimpulan pada penelitian ini dilakukan dengan melihat nilai signifikansi dari hasil uji t pada variabel independen dengan kriteria sebagai berikut:<sup>94</sup>

1) Jika nilai sig.  $> \alpha$  maka  $H_0$  diterima

2) Jika nilai sig.  $< \alpha$  maka  $H_a$  diterima

a. Uji Signifikansi Secara Simultan (Uji Statistik F)

Pengujian ini dilakukan untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara serentak. Dalam menguji variabel independen terhadap variabel independen pada uji f yang dapat dilakukan dengan cara membandingkan nilai Fhitung dengan Ftabel, dan dengan melihat signifikansi yang dibandingkan dengan nilai  $\alpha = 0,05$  (5%). Pengambilan kesimpulan pada penelitian ini dengan melihat kriteria berikut:

1) Jika Fhitung  $> Ftabel$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Jadi variabel independen secara parsial memiliki pengaruh nyata terhadap variabel dependen.

2) Jika Fhitung  $< Ftabel$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Jadi variabel independen secara parsial tidak memiliki pengaruh nyata terhadap variabel dependen.

---

<sup>94</sup>Imam Ghozali, *op.cit*, h. 96.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN

#### A. Deskripsi Objek Penelitian

##### 1. Gambaran Umum PT. BNI Syariah

Krisis moneter yang terjadi pada tahun 1997 membuktikan keunggulan sistem perbankan syariah. Berlandaskan pada Undang-undang No.10 Tahun 1998, pada tanggal 29 April 2000 didirikan Unit Usaha Syariah (UUS) BNI yang terdiri atas 5 kantor cabang di Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara, dan Banjarmasin. Kemudian UUS BNI terus berkembang menjadi 28 Kantor Cabang dan 31 Kantor Cabang Pembantu.<sup>95</sup> Selain itu, UUS BNI mendapatkan dukungan teknologi informasi dan penggunaan jaringan saluran distribusi yang meliputi kantor cabang BNI, jaringan ATM BNI, ATM Link serta ATM Bersama, 24 jam layanan BNI Call dan internet banking.

Berdasarkan keputusan Gubernur Bank Indonesia Nomor 12/41/KEP.GBI/2010 mengenai pemberian izin usaha kepada PT Bank BNI Syariah, dan dalam Corporate Plan UUS BNI tahun 2003 ditetapkan bahwa status UUS bersifat temporer dan akan dilakukan *spin off* tahun 2009. Terlaksananya rencana tersebut pada tanggal 19 Juni 2010 dengan BNI Syariah sebagai Bank Umum Syariah (BUS). Pada Juni 2014 jumlah Cabang BNI Syariah semakin meningkat mencapai 65 Kantor Cabang, 161

---

<sup>95</sup> Website Resmi PT. BNI Syariah dapat diakses di: [www.bnisyariah.co.id](http://www.bnisyariah.co.id).

Kantor Cabang Pembantu, 17 Kantor Kas, 22 Mobil Layanan Gerak dan 20 Payment Point.<sup>96</sup>

BNI Syariah Bandar Lampung memiliki 2 Kantor Cabang yaitu KC Tanjung Karang dan KC Mikro Teluk Betung serta 5 Kantor Cabang Pembantu yaitu KCP Bandar Jaya, KCP Mikro Pringsewu, KCP Mikro Antasari, KCP Unit 2 Banjar Agung, dan KCP Mikro Bandar Jaya.

Kini masyarakat di Bandar Lampung terutama masyarakat Muslim yang ingin terlepas dari sistem bunga dan ingin menjalankan sistem syariah dalam transaksi bank tidak perlu khawatir lagi untuk bertransaksi, karena BNI Syariah telah hadir di Bandar Lampung dan dapat dikunjungi setiap Senin-Jumat di Jl. Jend. Sudirman No. 62, Kel. Enggal, Kec. Tanjung Karang Pusat, Enggal, Kota Bandar Lampung, Lampung.

## **2. Visi dan Misi BNI Syariah**

### **a. Visi BNI Syariah**

Menjadi bank syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kerja.

### **b. Misi BNI Syariah**

- 1) Memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan peduli pada kelestarian lingkungan.
- 2) Memberikan solusi bagi masyarakat untuk kebutuhan jasa perbankan syariah.
- 3) Memberikan nilai investasi yang optimal bagi investor.

---

<sup>96</sup> *Ibid*

- 4) Menciptakan wahana terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi bagi pegawai sebagai perwujudan ibadah.
- 5) Menjadi acuan tata kelola perusahaan yang amanah.

### 3. Struktur kepengurusan BNI Syariah

Kepengurusan PT. BNI Syariah sesuai Undang-Undang Perseroan Terbatas dan ketentuan Bank Indonesia tentang Bank Negara Indonesia Syariah terdiri dari :<sup>97</sup>



### 4. Struktur dalam Organisasi

Dengan adanya struktur organisasi PT.BNI Syariah dapat berfungsi secara optimal sebagai sebuah lembaga keuangan bank karena dengan adanya struktur organisasi dalam suatu lembaga mengindikasikan pula adanya penjabaran kewajiban, hak, tanggung jawab dan wewenang serta fungsi dari struktur yang ada. Struktur Organisasi PT.BNI Syariah KC Tanjung karang Bandar lampung dapat dilihat pada gambar 1.1 berikut:

<sup>97</sup>*Ibid*





Berikut adalah penjelasannya:

- a. Pemimpin Cabang (*Branch Manager*)
- b. Divisi Operasional
  - 1) Pimpinan Bidang Operasional (*Manager Operasional*)
  - 2) *Operational Head*
  - 3) *Costumer Service Head*
  - 4) *General Affair Head*
- c. Divisi Bisnis
  - 1) *Sales Head*
  - 2) *Sales Officer*
  - 3) *Sales Assistant*
  - 4) *Consumer Processing Head*
  - 5) *Consumer Processing Assistant*
  - 6) *Collection Assistant*
  - 7) *SME Financing Head*
  - 8) *SME Account Officer*
- d. Divisi SPI dan Satuan Kerja Kepatuhan
  - 1) *Branch Internal Controler* (Internal Audit)
  - 2) Divisi RRM (*Recovery & Remedial Head*)
    - a. *Recovery dan Remedial Head*
    - b. *Recovery dan Remedial Assistant*

## 5. Produk dan Layanan PT. BNI Syariah KC. Tanjung Karang Bandar Lampung

### a. Produk Penghimpunan Dana (*Funding Products*)

Dana yang dihimpun oleh PT. BNI Syariah akan dikelola secara optimal dan akan disalurkan untuk pembiayaan-pembiayaan berbagai macam usaha yang halal dan produktif bagi masyarakat, sehingga bagi hasil yang diperoleh nasabah akan lebih terjamin kehalalannya. Saat ini PT. BNI Syariah KC. Tanjung Karang Bandar Lampung menerapkan pola bagi hasil berdasarkan pendapatan (*revenue sharing*) dimana bagi hasil yang diperoleh nasabah adalah dari pendapatan PT. BNI Syariah

yang belum dikurangi dengan biaya-biaya operasional bank. Produk penghimpun dana terdiri dari:<sup>98</sup>

#### **1) Tabungan iB Hasanah**

Tabungan iB Hasanah merupakan bentuk investasi dana yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan akad Mudharabah atau simpanan dana yang menggunakan akad Wadiah yang memberikan berbagai fasilitas serta kemudahan bagi nasabah dalam mata uang Rupiah.

#### **2) BNI Syariah Tabungan Haji**

Tabungan iB THI Hasanah (BNI Syariah Tabungan Haji) merupakan bentuk investasi dana untuk perencanaan haji yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan akad Mudharabah dengan sistem setoran bebas atau bulanan, bermanfaat sebagai sarana pembayaran Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH).

#### **3) BNI Syariah Tabungan Bisnis Perorangan**

Tabungan iB Bisnis Hasanah Perorangan (BNI Syariah Tabungan Bisnis Perorangan) merupakan bentuk investasi dana yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan akad Mudharabah yang dilengkapi dengan detil mutasi debit dan kredit pada buku tabungan dalam mata uang Rupiah dan bagi hasil yang lebih kompetitif

#### **4) BNI Syariah Tabungan Prima**

---

<sup>98</sup> *Ibid.*

Tabungan iB Hasanah Prima (BNI Syariah Tabungan Prima) merupakan bentuk investasi dana yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan akad Mudharabah yang memberikan berbagai fasilitas serta kemudahan bagi nasabah segmen high networth individuals secara perorangan dalam mata uang Rupiah dan bagi hasil yang lebih kompetitif.

#### **5) BNI Syariah Tabungan Anak**

BNI Syariah Tabungan Anak (Tabungan iB Tunas Hasanah) adalah produk simpanan dalam mata uang Rupiah berdasarkan akad wadiah yang diperuntukan bagi anak-anak dan pelajar yang berusia di bawah 17 tahun.

#### **6) TabunganKu iB**

TabunganKu iB adalah produk simpanan dana dari Bank Indonesia yang dikelola sesuai dengan prinsip syariah dengan akad Wadiah dalam mata uang Rupiah untuk meningkatkan kesadaran menabung masyarakat.

#### **7) BNI Syariah Tabungan Rencana**

Tabungan iB Tapenas Hasanah (BNI Syariah Tabungan Rencana) adalah bentuk investasi dana untuk perencanaan masa depan yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan akad Mudharabah dengan sistem setoran bulanan yang bermanfaat untuk membantu menyiapkan rencana masa depan seperti rencana liburan, ibadah umrah, pendidikan ataupun rencana masa depan lainnya.

### **8) BNI Syariah Deposito**

Deposito iB Hasanah (BNI Syariah Deposito) yaitu investasi berjangka yang dikelola berdasarkan prinsip syariah yang ditujukan bagi nasabah perorangan dan perusahaan, dengan menggunakan prinsip mudharabah.

### **9) BNI Syariah Giro**

Giro iB Hasanah (BNI Syariah Giro) adalah titipan dana dari pihak ketiga yang dikelola berdasarkan prinsip syariah dengan akad wadiah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat dengan menggunakan Cek, Bilyet Giro, sarana pemerintah lainnya atau dengan pemindah bukuan.

#### **a. Produk Penyaluran Dana (Pembiayaan)**

##### **1) Pembiayaan Pribadi**

##### **a) Hasanah Card**

iB Hasanah Card merupakan kartu pembiayaan yang berfungsi sebagai kartu kredit berdasarkan prinsip syariah, yaitu dengan sistem perhitungan biaya bersifat tetap, adil, transparan, dan kompetitif tanpa perhitungan bunga.

##### **b) BNI Syariah Kepemilikan Emas**

Pembiayaan Emas iB Hasanah (BNI Syariah Kepemilikan Emas) merupakan fasilitas pembiayaan yang diberikan untuk membeli emas logam mulia dalam bentuk batangan yang diangsur secara pokok setiap bulannya melalui akad mudharabah (jual beli).

**c) BNI Syariah KPR Syariah**

BNI Syariah KPR Syariah (Griya iB Hasanah) adalah fasilitas pembiayaan konsumtif yang diberikan kepada anggota masyarakat untuk membeli, membangun, merenovasi rumah (termasuk ruko, rusun, rukan, apartemen dan sejenisnya), dan membeli tanah kavling serta rumah indent, yang besarnya disesuaikan dengan kebutuhan pembiayaan dan kemampuan membayar kembali masing-masing calon. Akad dalam pembiayaan ini adalah mudharabah.

**d) BNI Syariah Multijasa**

Multijasa iB Hasanah adalah fasilitas pembiayaan konsumtif yang diberikan kepada masyarakat untuk kebutuhan jasa dengan agunan berupa fixed asset atau kendaraan bermotor selama jasa dimaksud tidak bertentangan dengan undang-undang/hukum yang berlaku serta tidak termasuk kategori yang diharamkan syariah Islam. Akad dalam pembiayaan ini adalah ijarah multijasa.

**e) BNI Syariah Otomotif (Oto iB Hasanah)**

Oto iB Hasanah adalah fasilitas pembiayaan konsumtif murabahah yang diberikan kepada anggota masyarakat untuk pembelian kendaraan bermotor dengan agunan kendaraan bermotor yang dibiayain dengan pembiayaan ini. Akad dalam pembiayaan ini adalah mudharabah.

**f) BNI Syariah Pembiayaan Haji**

Pembiayaan THI iB Hasanah adalah fasilitas pembiayaan konsumtif yang ditujukan kepada nasabah memenuhi kebutuhan biaya setoran awal Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji (BPIH) yang ditentukan oleh Kementrian Agama, untuk mendapatkan nomor seat porsi haji dengan menggunakan akad ijarah. Pembiayaan ini menggunakan akad Ijarah dan Qardh.

**g) BNI Syariah Multiguna**

Multiguna iB Hasanah adalah fasilitas pembiayaan konsumtif yang diberikan kepada anggota masyarakat untuk membeli barang kebutuhan konsumtif dengan agunan berupa barang yang dibiayai (apabila bernilai material) dan atau fixed asset yang memiliki sumber pembayaran kembali dari penghasilan tetap dan tidak betentangan dengan undang-undang/hukum yang berlaku serta tidak termasuk kategori yang diharamkan syariah Islam. Akad pembiayaan ini berupa akad mudharabah.

**2) Pembiayaan Korporasi**

**a) BNI Syariah Multifinance**

Pembiayaan kepada Multifinance adalah penyaluran pembiayaan langsung kepada pola executing, kepada multifinance untuk usahanya dibidang perusahaan pembiayaan sesuai dengan prinsip Syariah. Pembiayaan ini merupakan akad musyarakah dan murabahah.

**b) BNI Syariah Linkage Program**

Pembiayaan Kerjasama Linkage Program iB Hasanah adalah fasilitas pembiayaan dimana BNI Syariah sebagai pemilik dana menyalurkan pembiayaan dengan pola executing kepada Lembaga Keuangan Syariah (LKS) (BMT, BPRS, KJKS, dll) untuk diteruskan ke end user (pengusaha mikro, kecil, dan menengah syariah). Kerjasama dengan LKS dapat dilakukan secara langsung ataupun melalui Lembaga Pendamping. Akad pembiayaan ke LKS adalah mudharabah/musyarakah, sedangkan akad pembiayaan dari LKS ke end user sesuai dengan kebutuhan (murabahah, mudharabah, musyarakah, ijarah).

**c) BNI Syariah Kopkar/Kopeg**

Pembiayaan kerja sama Kopkar/Kopeg iB Hasanah adalah fasilitas pembiayaan mudharabah produktif dimana BNI Syariah sebagai pemilik dana menyalurkan pembiayaan dengan pola executing kepada koperasi karyawan (Kopkar)/ Koperasi Pegawai (Kopeg) untuk disalurkan secara prinsip syariah ke end user/pegawai. Akad pembiayaan ke kopkar/kopeg adalah mudharabah sedangkan akad pembiayaan dari kopkar/kopeg ke end user adalah murabahah.

**d) BNI Syariah Sindikasi**

Pembiayaan Sindikasi iB Hasanah adalah pembiayaan yang diberikan oleh dua atau lebih lembaga keuangan untuk membiayai suatu proyek/usaha dengan syarat-syarat dan ketentuan yang



sama, menggunakan dokumen yang sama dan diadministrasikan oleh agen yang sama pula.

#### **b. Produk Jasa Layanan**

Transaksi jasa layanan PT. BNI Syariah terdiri dari:<sup>99</sup>

- 1) ATM (*Automatic teller machine*) Anjungan tunai mandiri yang ditempatkan di cabang PT. BNI Konvensional atau Syariah dan di tempat tertentu yang dapat digunakan oleh nasabah yang memiliki dan menggunakan Kartu Debet Syariah Plus untuk melakukan transaksi di ATM.
- 2) Kiriman uang (transfer) yaitu suatu jasa bank dalam pengiriman dana dari suatu cabang lain atas permintaan pihak ketiga (ijab dan qabul) untuk dibayarkan kepada penerima ditempat lain berdasarkan prinsip Al-Wakalah.
- 3) Internet Banking dan SMS Banking yaitu layanan yang berbasis teknologi informasi dimana nasabah dapat melakukan transaksi perbankan tanpa harus datang ke kantor bank tetapi cukup melalui handphone ataupun jaringan internet dimanapun. Layanan ini diberikan kepada nasabah tabungan, giro perorangan dan giro perusahaan (corporate).

#### **6. Strategi Pemasaran di BNI Syariah Bandar Lampung**

Strategi pemasaran yang dilakukan BNI Syariah Tanjung Karang Bandar Lampung yaitu dengan menggunakan sosial media sebagai alat

---

<sup>99</sup> *Ibid*

promosi seperti instagram dan facebook. Kemudian BNI Syariah juga melakukan promosi ke kantor-kantor besar dan ikut serta dalam event yang diselenggarakan di mall dengan menyebarkan brosur dan *open tab*.<sup>100</sup>

Perjalanan BNI Syariah bermula dari dibentuknya Unit Usaha Syariah (UUS) oleh PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk (selanjutnya juga disebut BNI Induk) pada 29 April 2000 dengan berlandaskan pada Undang-Undang No. 10 Tahun 1998. Berawal dari lima kantor cabang di Yogyakarta, Malang, Pekalongan, Jepara dan Banjarmasin, selanjutnya UUS BNI berkembang menjadi 28 Kantor Cabang dan 31 Kantor Cabang Pembantu.

Corporate Plan UUS BNI tahun 2000 menetapkan bahwa status UUS hanya bersifat temporer dan oleh karena itu akan dilakukan *spin-off* pada 2009. Rencana *spin off* terlaksana pada 19 Juni 2010 dengan didirikannya PT Bank BNI Syariah (“BNI Syariah atau Bank”) sebagai Bank Umum Syariah (BUS) berdasarkan Surat Keputusan Gubernur Bank Indonesia No. 12/41/KEP.GBI/2010 tanggal 21 Mei 2010. Terwujudnya pendirian ini juga didukung oleh faktor eksternal berupa aspek regulasi yang kondusif yaitu dengan diterbitkannya UU No. 21 tahun 2008 tentang Perbankan Syariah. Selain itu, komitmen Pemerintah terhadap pengembangan perbankan syariah semakin kuat dan kesadaran terhadap keunggulan produk perbankan syariah juga semakin meningkat. Pada 26 Mei 2015, seiring dengan pertumbuhan

---

<sup>100</sup> Wawancara dengan Liza Dwiseputri, Consumer Unit Sales BNI Syariah KC Tanjung Karang Bandar Lampung, tanggal 3 Mei 2017.

kinerja yang semakin baik BNI Syariah menerbitkan Sukuk Mudharabah Bank BNI Syariah I Tahun 2015 sebesar Rp500 miliar dengan tenor tiga tahun. Nisbah bagi hasil yang ditawarkan adalah sebesar 15,35% dengan indikasi suku bunga padanan (*equivalent rate*) sebesar 9,25% per tahun. Sukuk ini telah mendapat peringkat idAA+(sy) dari Pefindo. Penerbitan sukuk mudharabah ini bertujuan untuk menunjang ekspansi bisnis guna mengembangkan kegiatan pembiayaan syariah serta menjaga likuiditas jangka panjang. Tentunya penggunaan dana hasil sukuk tersebut juga tidak akan bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah di pasar modal.

Dengan komitmen untuk memberikan yang terbaik bagi nasabah, BNI Syariah senantiasa meningkatkan pelayanan pada jaringannya. Sebagai salah satu bentuk peningkatan layanan yang berkelanjutan, BNI Syariah juga senantiasa memperhatikan kepatuhan terhadap aspek syariah dengan memastikan bahwa semua produk BNI Syariah telah melalui pengujian dari Dewan Pengawas Syariah dan memenuhi aturan syariah yang berlaku.

Selain itu, dari sisi operasional BNI Syariah juga didukung oleh sumber daya manusia yang kompeten untuk mendukung pencapaian kinerja yang baik di setiap aspek. Saat ini BNI Syariah telah memiliki 4.255 pegawai di mana proses pengembangan kompetensi terus dilakukan agar setiap pegawai yang ada menjadi yang terbaik di bidangnya. Sedangkan dari sisi teknologi informasi, BNI Syariah selaku

anak perusahaan dari PT Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk didukung dengan pemanfaatan bersama sistem teknologi informasi terdepan yang telah tersertifikasi ISO 9001:2008.

Hingga kini, jaringan usaha BNI Syariah tersebar mencapai 68 Kantor Cabang, 168 Kantor Cabang Pembantu, 17 Kantor Kas, 17 Kantor Fungsional, 23 Mobil Layanan Gerak, dan 24 Payment Point. Selain itu, nasabah BNI Syariah juga dapat memanfaatkan jaringan Kantor Cabang BNI Konvensional (*Sharia Channelling Office / SCO*) yang tersebar di 1.490 outlet di seluruh wilayah Indonesia dan akan terus berkembang seiring dengan pertumbuhan aset.

#### B. Gambaran Umum Responden

Dalam penelitian ini dilihat dari karakteristik responden antara lain jenis kelamin, pekerjaan, Pendidikan dan lainnya.

##### 1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.

**Tabel 4.1**  
**Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase
1	Laki-laki	39	43,00%
2	Perempuan	51	57,00%
Total		90	100%

Sumber: ( Data diolah) dari kuesioner

Dari data tabel 4.1 karakteristik responden berdasarkan hasil jenis kelamin, peneliti menyebarkan kuesioner yang ditujukan pada nasabah Bank BNI Syari'ah cabang Tanjung Karang, bahwa nasabah Bank BNI Syari'ah cabang Tanjung Karang didominasi oleh jenis kelamin perempuan sebanyak 51 orang

atau 57,00%. Data karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat secara lengkap pada lampiran.

## 2. Karakteristik berdasarkan pendidikan

**Tabel 4.2**

**Karaktersitik Responden Berdasarkan Pendidikan**

No	Pendidikan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	SD	0	0,00%
2	SMP	0	0,00%
3	SMA	49	54,44%
4	Perguruan Tinggi	41	45,56%
Total		90	100%

Sumber: (Data diolah) dari kuesioner

Dari tabel 4.2 karakteristik responden berdasarkan pendidikan, peneliti menyebarkan kuesioner yang ditujukan kepada nasabah Bank BNI Syari'ah cabang Tanjung Karang. karakteristik responden berdasarkan pendidikan diketahui didominasi oleh responden yang memiliki pendidikan SMA sebanyak 49 orang atau 54,44%. Data karakteristik responden berdasarkan pendidikan dapat dilihat secara lengkap pada lampiran.

## 3. Karakteristik berdasarkan pekerjaan

**Tabel 4.3**

**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

No	Pekerjaan	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	PNS	24	26,70%
2	Petani	1	1,00%

3	Wiraswasta	42	46,70%
4	Buruh	23	25,60%
Total		90	100%

Sumber: (Data diolah) dari kuesioner

Dari tabel 4.3 karakteristik responden berdasarkan pekerjaan, peneliti menyebarkan kuesioner yang ditujukan kepada nasabah Bank BNI Syari'ah cabang Tanjung Karang, bahwa nasabah Bank BNI Syari'ah cabang Tanjung Karang, karakteristik responden berdasarkan pekerjaan diketahui didominasi oleh responden yang memiliki pekerjaan Wiraswasta yaitu sebanyak 42 orang atau 46,70%. Data karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat secara lengkap pada lampiran.

4. Informasi yang diperoleh nasabah tentang Bank BNI Syari'ah cabang Tanjung Karang

**Tabel 4.4**

**Sumber Informasi Tentang Bank BNI Syari'ah Cabang Tanjung Karang**

No	Sumber	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Majalah/Tabloid/Brosur	28	31,11%
2	Teman/Keluarga	26	28,90%
3	Radio/TV	3	3,33%
4	Pegawai KC BNI Syari'ah Tanjung Karang	33	36,66%
Total		90	100%

Sumber: (Data diolah) dari kuesioner

Berdasarkan tabel 4.4 rata-rata responden memperoleh informasi tentang Bank BNI Syari'ah cabang Tanjung Karang melalui pegawai Bank BNI Syari'ah yaitu sebanyak 33 orang, atau 36,66%, dari majalah/tabloid/brosur sebanyak 28 orang atau 31,11%, dari teman/keluarga sebanyak 26 orang atau 28,90% dan dari radio/TV sebanyak 3 orang atau 3,33%. Data nasabah memperoleh informasi tentang Bank BNI Syari'ah cabang Tanjung Karang dapat dilihat secara lengkap pada lampiran.

#### 5. Alasan menjadi nasabah Bank BNI syari'ah cabang Tanjung Karang

**Tabel 4.5**

#### **Alasan menjadi nasabah Bank BNI Syari'ah cabang Tanjung Karang**

No	Alasan menjadi nasabah	Jumlah (orang)	Persentase(%)
1	Transaksi berdasarkan prinsip syariah	35	38,90%
2	Lebih mudah prosesnya dibandingkan bank lain	32	35,55%
3	Tempatnya lebih mudah dijangkau	19	21,11%
4	Bagi hasil yang diperoleh lebih besar dari bank lain	4	4,44%
Total		90	100%

Sumber: Kuesioner (Data diolah)

Berdasarkan tabel 4.5 rata-rata sebanyak 35 orang atau 38,90% responden memilih menjadi nasabah bank BNI Syari'ah karena menurut responden, transaksi di bank BNI Syari'ah cabang Tanjung Karang berdasarkan prinsip syari'ah, 32 orang atau 35,55% responden menjadi nasabah bank BNI Syari'ah cabang Tanjung Karang karena lebih mudah prosesnya dibandingkan bank lainnya, 19



orang atau 21,11% responden memilih menjadi nasabah bank BNI Syari'ah karena tempatnya lebih mudah dijangkau, dan sebanyak 4 orang atau 4,44% responden menjadi nasabah bank BNI Syari'ah karena bagi hasil yang diperoleh lebih besar dari bank lain. Data mengenai alasan menjadi nasabah bank BNI Syari'ah cabang Tanjung Karang dapat dilihat secara lengkap pada lampiran.

### C. Gambaran Distribusi Jawaban Responden

Distribusi hasil jawaban responden yang diperoleh dari penyebaran kuesioner adalah sebagai berikut:

Variabel Produk (X1)

**Tabel 4.6**  
**Deskripsi Jawaban Responden Tentang Produk**

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS		S		RG		TS		STS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	X1.1	70	77,77%	20	22,22%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
2	X1.2	58	64,44%	32	35,55%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
3	X1.3	57	63,33%	33	36,66%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
4	X1.4	71	78,88%	19	21,11%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
5	X1.5	74	82,22%	16	17,77%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%

Sumber: (Data diolah) dari kuesioner

Keterangan: F(Frekuensi), SS (Sangat setuju), S (Setuju), RG (Ragu-ragu), TS (Tidak setuju), STS (Sangat tidak setuju).

Berdasarkan Tabel 4.6 yakni deskripsi responden mengenai variabel produk, maka untuk pertanyaan bahwa produk tabungan yang ditawarkan BNI Syariah berprinsip syariah, rata-rata responden memberikan jawaban sangat setuju

sebanyak 77,77% , kemudian pertanyaan tentang produk tabungan yang dimiliki BNI syariah sangat beragam, responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 64,44%, kemudian pertanyaan tentang produk tabungan yang ditawarkan BNI Syariah sangat menarik, rata-rata responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 63,33%, pertanyaan terkait produk tabungan BNI Syariah memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi bagi nasabah, rata-rata responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 78,88%. Dan pertanyaan tentang produk tabungan di BNI Syariah sesuai kebutuhan saya, rata-rata responden memberikan jawaban sangat setuju sebanyak 82,22%. Data deskripsi jawaban responden tentang variabel produk terhadap keputusan nasabah dapat dilihat secara lengkap pada lampiran.

Variabel Pelayanan (X2)

Tabel 4.7

**Deskripsi Jawaban Responden Tentang Pelayanan**

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS		S		RG		TS		STS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	X2.1	58	64,44%	32	35,56%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
2	X2.2	55	61,11%	35	38,88%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
3	X2.3	63	70,00%	27	30,00%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
4	X2.4	52	57,77%	38	42,22%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
5	X2.5	45	50,00%	44	48,88%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%

Sumber: (Data diolah) kuesioner

Keterangan: F (Frekuensi), SS (Sangat setuju), S (Setuju), RG (Ragu-ragu), TS (Tidak setuju), STS (Sangat tidak setuju)

Berdasarkan Tabel 4.7 yakni deskripsi responden mengenai variabel Pelayanan, maka untuk pertanyaan pegawai BNI Syariah ramah dan sopan dalam melayani nasabah, rata-rata responden memberikan jawaban sangat setuju yaitu 64,44%, kemudian pertanyaan pegawai penuh perhatian dan sabar dalam melayani transaksi, rata-rata responden memberikan jawaban sangat setuju yaitu 61,11%, kemudian pertanyaan mengenai pegawai memberikan informasi yang akurat, rata-rata responden memberikan jawaban sangat setuju yaitu 70,00%, pertanyaan mengenai pelayanan dari pegawai cepat dan tanggap terhadap nasabah, rata-rata responden memberikan jawaban sangat setuju yaitu 57,77%, dan untuk pertanyaan pegawai berpenampilan rapi dan sopan, rata-rata responden memberikan jawaban sangat setuju, yaitu 50,00%. Data deskripsi jawaban responden tentang variabel pelayanan dapat dilihat secara lengkap pada lampiran.

### 3. Variabel Religiusitas (X3)

**Tabel 4.8**  
**Deskripsi Jawaban Responden Tentang Religiusitas**

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS		S		RG		TS		STS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	X3.1	73	81,11%	16	17,77%	1	1,11%	0	0,00%	0	0,00%
2	X3.2	32	35,55%	54	60,00%	4	4,44%	0	0,00%	0	0,00%
3	X3.3	50	55,55%	40	44,44%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
4	X4.4	42	46,66%	45	50,00%	3	3,33%	0	0,00%	0	0,00%

5	X5.5	55	61,11%	35	38,88%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
---	------	----	--------	----	--------	---	-------	---	-------	---	-------

Sumber: (Data diolah) dari kuesioner

Keterangan: F (Frekuensi), SS(Sangat setuju), S (Setuju), RG (Ragu-ragu), TS (Tidak setuju), STS (Sangat tidak setuju)

Berdasarkan tabel 4.8 yakni deskripsi responden mengenai variabel religiusitas maka untuk pertanyaan tentang Saya percaya bahwa setiap perbuatan manusia akan mendapatkan balasan dari Allah, rata-rata responden memberikan jawaban sangat setuju, yaitu 81,11%, untuk pertanyaan saya mendirikan sholat fardu secara tepat waktu, rata-rata responden memberikan jawaban setuju yaitu 60,00%, untuk pertanyaan saya merasa berdosa saat meninggalkan sholat, rata-rata responden memberikan jawaban sangat setuju yaitu 55,55%, untuk pertanyaan saya menyisihkan uang saya untuk bersedekah, rata-rata responden memberikan jawaban setuju, yaitu 50,00%, dan untuk pertanyaan Saya ikut menghadiri pengajian, membaca buku Islami, dan mendengarkan kajian Islam di TV atau radio untuk menambah pengetahuan, rata-rata responden memberikan jawaban sangat setuju, yaitu 61,11%. Data deskripsi jawaban responden tentang variabel religiuistas dapat dilihat secara lengkap pada lampiran.

#### 4. Variabel Keputusan nasabah

**Tabel 4.9**

#### **Deskripsi Jawaban Responden Tentang Keputusan Nasabah**

No	Pernyataan	Jawaban									
		SS		S		RG		TS		STS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Y.1	70	77,77%	19	21,11%	1	1,11%	0	0,00%	0	0,00%
2	Y.2	53	58,88%	37	41,11%	0	0,00%	0	0,00%	0	0,00%
3	Y.3	36	40,00%	50	55,55%	4	4,44%	0	0,00%	0	0,00%
4	Y.4	47	52,22%	41	45,55%	2	2,22%	0	0,00%	0	0,00%
5	Y.5	45	50,00%	44	48,88%	1	1,11%	0	0,00%	0	0,00%

Keterangan: F (Frekuensi), SS(Sangat setuju), S (Setuju), RG (Ragu-ragu), TS (Tidak setuju), STS (Sangat tidak setuju)

Berdasarkan tabel 4.9 yakni deskripsi responden mengenai variabel Keputusan Nasabah maka untuk pertanyaan tentang Saya menabung di BNI Syariah karena sesuai dengan keinginan saya, rata-rata responden memberikan jawaban sangat setuju yaitu 77,77%, kemudian untuk pertanyaan tentang saya yakin dalam memilih BNI Syariah sebagai bank pilihan saya, rata-rata responden memberikan jawaban sangat setuju yaitu 58,88%, kemudian untuk pertanyaan saya akan terus menggunakan bank BNI Syariah sebagai bank pilihan saya dan akan merekomendasikan kepada orang lain, rata-rata responden memberikan jawaban setuju yaitu 55,55%, untuk pertanyaan saya menabung di BNI Syariah karena adanya dorongan faktor syariah, rata-rata responden memberikan jawaban sangat setuju yaitu 52,22%. Dan untuk pertanyaan saya menabung di BNI Syariah karena bebas dari unsur bunga/ribawi, rata-rata responden memberikan jawaban sangat setuju yaitu 50,00%. Data deskripsi jawaban responden tentang variabel keputusan nasabah dapat dilihat secara lengkap pada lampiran.

## D. Analisis Data

### 1. Uji Validitas dan Reliabilitas

#### a. Uji Validitas

Untuk mengukur tingkat validitas dalam penelitian ini digunakan rumus korelasi product moment dengan menggunakan SPSS. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan taraf signifikansi sebesar 0,05. Kriteria uji, apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka pengukuran tersebut valid, tetapi apabila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka pengukuran tersebut valid.

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang telah disusun atau dibuat dapat digunakan untuk mengukur besaran pengaruh produk, pelayanan, dan religiusitas terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah secara tepat. Validitas suatu instrumen (angket) akan menggambarkan tingkat kemampuan alat ukur yang digunakan mampu atau tidaknya untuk mengukur objek yang diukur. Uji ini dilakukan dengan membandingkan hasil  $r$  hitung dengan  $r$  tabel.

Untuk mengetahui tingkat validitas tersebut, maka akan dilakukan terlebih dahulu perhitungan statistik dengan menggunakan program SPSS 16. Adapun hasil *output* perhitungan uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 4.10**

**Uji Validitas Variabel X1 (Produk)**

Pertanyaan	$r$ hitung	$r$ tabel	Kesimpulan
X1.1	0,611	0,1745	Valid
X1.2	0,676	0,1745	Valid

X1.3	0,719	0,1745	Valid
X1.4	0,651	0,1745	Valid
X1.5	0,242	0,1745	Valid

**Sumber: Data primer diolah tahun 2017**

Berdasarkan tabel 4.10 diatas, secara keseluruhan item pernyataan pada variabel X1 dapat dinyatakan valid karena seluruh item pernyataan memiliki nilai  $r_{hitung}$  yang lebih besar dari  $r_{tabel}$  yaitu sebesar 0,1745.

**Tabel 4.11**

**Uji Validitas Variabel X2 (Pelayanan)**

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Kesimpulan
X2.1	0,574	0,1745	Valid
X2.2	0,689	0,1745	Valid
X2.3	0,465	0,1745	Valid
X2.4	0,366	0,1745	Valid
X2.5	0,532	0,1745	Valid

**Sumber: Data primer diolah tahun 2017**

Berdasarkan tabel 4.11 diatas, secara keseluruhan item pernyataan pada variabel X2 dapat dinyatakan valid, karena seluruh item pernyataan memiliki  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  yaitu sebesar 0,1745.

**Tabel 4.12**

**Uji Validitas Variabel X3 (Religiusitas)**

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Kesimpulan
X3.1	0,526	0,1745	Valid
X3.2	0,710	0,1745	Valid
X3.3	0,541	0,1745	Valid
X3.4	0,716	0,1745	Valid
X3.5	0,286	0,1745	Valid



**Sumber: Data primer diolah tahun 2017**

Berdasarkan tabel 4.12 diatas, secara keseluruhan item pernyataan pada variabel X3 dapat dinyatakan valid, karena seluruh item pernyataan memiliki  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  yaitu sebesar 0,1745.

**Tabel 4.13**  
**Uji Validitas Variabel Y (Keputusan)**

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Kesimpulan
Y.1	0,540	0,1745	Valid
Y.2	0,512	0,1745	Valid
Y.3	0,645	0,1745	Valid
Y.4	0,654	0,1745	Valid
Y.5	0,285	0,1745	Valid

**Sumber: Data primer diolah tahun 2017**

Berdasarkan tabel 4.13 diatas, secara keseluruhan item pernyataan pada variabel Y dapat dinyatakan valid, karena seluruh item pernyataan memiliki  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$  yaitu sebesar 0,1745.

#### **b. Uji Reliabilitas**

Uji Reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat ukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukurannya diulang. Penelitian ini melakukan uji reliabilitas menggunakan metode *Cronbach's Alpha*, dengan kriteria bahwa tingkat alpha hitung lebih besar dari koefisien *Cronbach's Alpha* sebesar 0,60 maka data yang diujikan memiliki tingkat reliabilitas yang baik. Adapun perhitungan tingkat alpha yang dilakukan

dengan menggunakan program SPSS 16. Adapun hasil dari perhitungannya dapat terlihat pada tabel hasil *output* SPSS di bawah ini:

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Reliability Coeficients	Cronbach Alpha	Keterangan
X1 (Produk)	5 items	0,727	Reliabel
X2 (Pelayanan)	5 items	0,682	Reliabel
X3 (Religiusitas)	5 items	0,710	Reliabel
Y (Keputusan)	5 items	0,685	Reliabel

**Sumber: Data Primer diolah tahun 2017**

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa masing-masing variabel memiliki Cronbach Alpha lebih dari 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel, yaitu variabel X1(Produk), X2 (Pelayanan), X3 (Religiusitas), dan Y (Keputusan) dalam penelitian tersebut reliabel.

## **2. Uji Asumsi Klasik**

### **a. Uji Normalitas**

Uji Normalitas untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Uji normalitas data yang dapat dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogrov Smirnov satu arah. Pengambilan kesimpulan untuk menentukan apakah suatu data mengikuti distribusi normal atau tidak adalah dengan menilai nilai signifikannya. Jika signifikannya  $> 0,05$

maka berdistribusi normal dan sebaliknya jika signifikannya  $< 0,05$ , maka variabel tidak berdistribusi normal.

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Kolmogrov Smirnov**  
**One simple Kolmogrov-Smirnov Test**

Sampel a	Kolmogrov-Smirnov Z	Signifikansi	Kesimpulan
90 T	0.802	0,540	Normal

**Test Distribution is normal**

**Sumber: Data Primer diolah tahun 2017**

Berdasarkan hasil diatas diketahui bahwa nilai signifikan sebesar  $0,540 > 0,05$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

**b. Uji Multikolinieritas**

Uji multikolinieritas diperlukan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang memiliki kemiripan antar variabel independen dalam suatu model. Kemiripan antar variabel independen akan mengakibatkan korelasi yang sangat kuat. Selain itu untuk uji ini juga untuk menghindari kebiasaan dalam proses pengambilan keputusan mengenai pengaruh pada uji parsial masing-masing independen terhadap variabel dependen. jika VIF yang dihasilkan diantara 1-10 maka tidak terjadi multikolerasi

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji Multikolinieritas**  
**Coefficients<sub>a</sub>**

Variabel Independen	Tolerance	VIF
Produk	0,968	1,033
Pelayanan	0,959	1,042
Religiusitas	0,990	1,010

**a. Dependen Variable: Penigkatan Jumlah Nasabah**

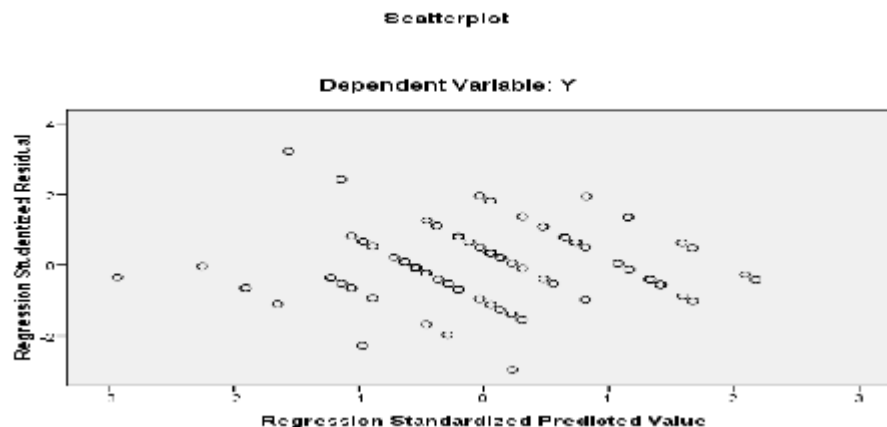
**Sumber: Data Primer diolah tahun 2017**

Berdasarkan data *output* diatas diketahui bahwa nilai tolerance lebih besar dari 0,10, sementara nilai VIF lebih kecil dari 10,00 sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas.

**c. Uji Heteroskedastisitas**

Heteroskedastisitas menguji terjadinya perbedaan variance residual suatu periode pengamatan lain. Cara memprediksi ada tidaknya heteroskedastisitas pada suatu model dapat dilihat dengan pola gambar Scatterplot, regresi yang tidak terjadi heteroskedastisitas jika titik-titik data menyebar diatas atau sekitar angka 0, titik-titik data tidak mengumpul hanya diatas atau dibawah saja, penyebaran titik-titik data tidak boleh membentuk pola bergelombang, melebar kemudian menyempit dan melebar kembali, penyebaran titik-titik data tidak berpola.

**Tabel 4.17**  
**Hasil Uji**  
**Heteroskedastisitas**



Sumber: Data Primer diolah tahun 2017

### 3. Alat Uji Hipotesis

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan SPSS 16,00 maka diperoleh nilai  $t_{hitung}$ ,  $f_{hitung}$ , dan  $R^2$  sebagaimana disajikan dalam tabel berikut ini.

**Tabel 4.18**  
**Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda dan Persamaan Regresi**

Variabel	Prediksi	Koefisien	$t_{hitung}$	Signifikansi	Keterangan
(Constant)		-4.927	-2.019	.047	
Produk	-	.099	1.703	.092	Ditolak
Pelayanan	-	.301	5.164	.000	Diterima
Religiusitas	-	.809	15.671	.000	Diterima
R = .867					
R Square = .752					
Adjusted R <sup>2</sup> = .743					
F <sub>hitung</sub> = 86.942					

#### 1. Uji F Simultan

Uji Simultan digunakan untuk mengukur pengaruh variabel bebas secara bersama terhadap variabel terikat dengan menggunakan nilai probabilitas (sig).

Kriteria pengujian simultan pada skripsi ini yaitu jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka tidak ada pengaruh secara simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen sedangkan jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka ada pengaruh secara simultan antara variabel independen dengan variabel dependen. Pengujian simultan pada skripsi ini menggunakan SPSS *for windows*. Hasil uji F dapat dilihat pada output ANOVA berikut ini.

Berdasarkan data pada kolom F diatas nilai  $F_{hitung}$  adalah 86.942 sedangkan pada  $F_{tabel}$  diperoleh nilai df 1 (jumlah variabel) atau  $5-1 = 4$  dan df 2 ( $n-k-1$ ) atau  $90 - 4-1 = 85$  dan menghasilkan nilai  $F_{tabel}$  sebesar 2,48 nilai tersebut menjelaskan bahwa nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  sebesar  $86.942 > 2,48$ , Sehingga keputusan  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian secara simultan ketiga variabel independen signifikan mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah.

## 2. Uji T (Parsial)

Uji statistik t digunakan untuk mengukur seberapa jauh pengaruh variabel independen atau bebas secara individual dalam mengukur variasi variabel dependen terkait. Jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  maka dapat dinyatakan bahwa variabel independen secara individual berpengaruh positif terhadap variabel dependen.

Jika nilai signifikansi t hitung lebih kecil dari 0,05 maka dapat dinyatakan bahwa variabel independen secara individu berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Pengambilan keputusan  $t_{hitung} = \text{atau} -t_{hitung} = -t_{tabel}$  jadi  $H_0$  diterima  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $-t_{hitung} < t_{tabel}$  jadi  $H_0$  ditolak. Dalam penelitian ini

menggunakan  $t_{\text{tabel}}$  yang diperoleh dari  $df = n-1$  ( $90-1 = 89$ ) dengan taraf signifikansi 0,05 diperoleh  $t_{\text{tabel}}$  sebesar 1,662 adapun hasil uji t adalah sebagai berikut.

H1 = Produk berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah. Berdasarkan hasil regresi terlihat bahwa variabel produk memiliki nilai t hitung sebesar 1,703 dengan sig 0,092. Hal ini berarti bahwa  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  (1,662) maka  $H_0$  ditolak sehingga variabel produk secara statistik dengan  $\alpha = 5\%$  memiliki pengaruh, tetapi tidak signifikan terhadap keputusan nasabah. Hal ini dibuktikan dengan nilai (sig 0,092 > 0,05).

H2 = Pelayanan berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah. Berdasarkan hasil regresi terlihat bahwa variabel pelayanan memiliki nilai t hitung sebesar 5,164 dengan sig 0,000. Hal ini berarti bahwa  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  (1,662) maka  $H_0$  ditolak sehingga variabel produk secara statistik dengan ( $\alpha = 5\%$ ) memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Hal ini dibuktikan dengan nilai (sig 0,000 < 0,05).

H3= Religiusitas berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah. Berdasarkan hasil regresi terlihat bahwa variabel pelayanan memiliki nilai t hitung sebesar 15,671 dengan sig 0,000. Hal ini berarti bahwa  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  (1,662) maka  $H_0$  ditolak sehingga variabel religiusitas secara statistik dengan ( $\alpha = 5\%$ ) memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Hal ini dibuktikan dengan nilai (sig 0,000 < 0,05).



Berdasarkan tabel 4.19 menunjukkan bahwa variabel religiusitas yang memiliki beta yang paling tinggi yaitu sebesar 0,846. Artinya variabel Y (Keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah) lebih banyak dipengaruhi oleh variabel  $X_3$  (Religiusitas) dibandingkan dengan variabel lainnya. Koefisien yang dimiliki oleh variabel  $X_3$  memiliki nilai yang paling besar, hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi religiusitas nasabah, maka semakin tinggi tingkat keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah.

Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, hal ini berarti variabel produk, pelayanan, dan religiusitas berpengaruh dalam keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah, dan hipotesis ini diterima sesuai dengan hasil penelitian.

### 3. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

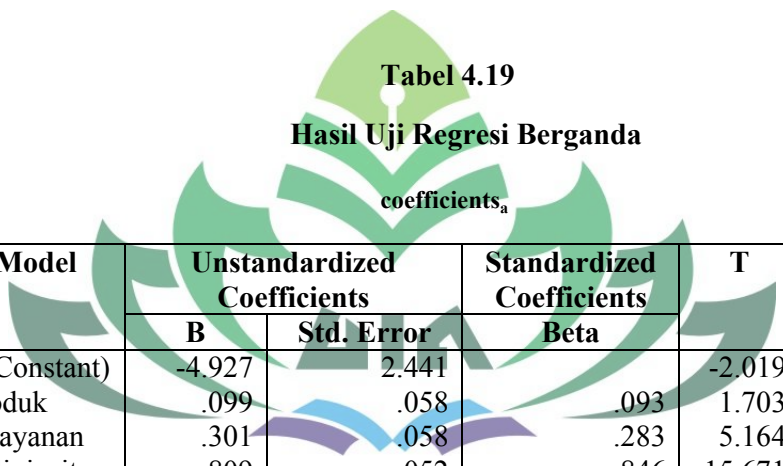
Koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel independen terhadap dependen. Nilai  $r^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam mendekati variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

Berdasarkan hasil uji determinasi yang tampak pada tabel diatas, besarnya koefisien determinasi atau adjust  $R^2$  adalah 0,743 hal tersebut berarti 74,3% variabel keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah dapat dijelaskan oleh variabel produk, pelayanan, dan religiusitas. Sedangkan sisanya ( $100\% - 74,3\%$ ) adalah 25,7% dijelaskan oleh variabel lain diluar persamaan tersebut diatas.

#### 4. Teknik Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan penelitian untuk meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen, bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (di naik turunkan) nilainya. Dalam penelitian ini diketahui bahwa  $n = 90$  pada tingkat signifikan 5%. Pada tingkat kesalahan ( $\alpha = 0,05$ ) dengan menggunakan uji 2 sisi diperoleh nilai  $t_{tabel}$  (89; 0,025) sebesar 1,986. Sedangkan  $t_{hitung}$  dari variabel X1 (Produk), X2 (Pelayanan), X3 (Religiusitas) adalah sebagai berikut :

**Tabel 4.19**  
**Hasil Uji Regresi Berganda**



Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-4.927	2.441		-2.019	.047
Produk	.099	.058	.093	1.703	.092
Pelayanan	.301	.058	.283	5.164	.000
Religiusitas	.809	.052	.846	15.671	.000

a. Dependent Variable : Keputusan Nasabah

Sumber : Data Primer diolah tahun 2017

Persamaan regresi yang didapatkan dari hasil perhitungan adalah sebagai berikut :  $Y = -4.927 + (0,099 X1) + (0,301X2) + (0,809 X3) + e$

Dimana :

Y = Variabel Keputusan Nasabah

X1 = Variabel Produk

X2 = Variabel Pelayanan

X3 = Variabel Religiusitas

Berdasarkan regresi diatas, dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- a. Nilai konstanta -4.927 menunjukan besarnya keputusan nasabah adalah -4.927 jika variabel produk (X1), pelayanan (X2) dan religusitas (X3) adalah 0 (nol).
- b. Berdasarkan persamaan regresi menunjukan bahwa variabel produk (X1), mempunyai arah koefisien regresi positif dengan peningkatan nasabah yaitu  $b = 0,099$  yang berarti bahwa apabila produk mengalami peningkatan 1% maka keputusan nasabah akan meningkat sebesar 9,9% dengan asumsi variabel independen yang lain konstan.
- c. Berdasarkan persamaan regresi menunjukan bahwa variabel pelayanan (X2), mempunyai arah koefisien regresi positif dengan peningkatan nasabah yaitu  $b = 0,301$  yang berarti bahwa apabila pelayanan mengalami peningkatan 1% maka keputusan nasabah akan meningkat sebesar 30,1% dengan asumsi variabel independen yang lain konstan.
- d. Berdasarkan persamaan regresi menunjukan bahwa variabel religiusitas (X3), mempunyai arah koefisien regresi positif dengan peningkatan nasabah yaitu  $b = 0,809$  yang berarti bahwa apabila religiusitas mengalami peningkatan 1% maka keputusan nasabah akan meningkat sebesar 80,9% dengan asumsi variabel indep enden yang lain konstan.

## **E. Pembahasan**

1. Pengaruh Produk terhadap keputusan nasabah

Berdasarkan hasil regresi terlihat bahwa variabel Produk memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 1,703 dengan sig 0,092. Hal ini berarti bahwa  $t_{hitung} 1,703 > t_{tabel} 1,662$ , maka  $H_0$  ditolak sehingga variabel produk secara statistik dengan  $\alpha = 5\%$  memiliki pengaruh tetapi tidak signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah, hal ini dibuktikan dengan nilai (sig. 0,092 > 0,05).

Menurut Kotler, produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digandakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan mereka. Produk adalah sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen. Produk biasanya digunakan untuk konsumsi baik untuk kebutuhan jasmani ataupun rohani. Untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan akan produk, maka konsumen harus mengorbankan sesuatu sebagai balas jasanya misalnya dengan cara pembelian.

Berdasarkan definisi diatas, dapat dilihat bahwa penggunaan jasa atau produk, dalam hal ini adalah produk tabungan, itu ditimbulkan karena adanya keinginan dan kebutuhan dari konsumen atau nasabah. Tabungan adalah simpanan berdasarkan akad *wadi'ah* atau investasi dana berdasarkan akad *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.

Prinsip syariah tabungan diatur dalam fatwa Dewan Syariah Nasioanl No. 02/DSN-MUI/IV/2000 tentang tabungan. Tabungan ada dua jenis yaitu tabungan yang tidak dibenarkan secara syariah, yaitu tabungan yang berdasarkan perhitungan bunga, dan tabungan yang dibenarkan yaitu, tabungan yang berdasarkan prinsip wadi'ah dan mudharabah.

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa variabel produk berpengaruh, tetapi tidak signifikan ( $0,092 > 0,05$ ) karena signifikansi produk ( $0,092$ ) lebih besar dari nilai signifikansi yang digunakan yaitu ( $0,05$ ). Koefisien regresi produk sebesar  $0,099$  menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan  $1\%$  produk, maka akan diikuti dengan kenaikan keputusan nasabah sebesar  $9,9\%$ .

Berdasarkan penelitian diatas ternyata H1 diterima yang berarti produk (X1) mempengaruhi keputusan nasabah (Y). Penelitian ini sejalan dengan pendapat Kotler, bahwa produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digandakan atau dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan mereka. Produk adalah sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen. Produk biasanya digunakan untuk konsumsi baik untuk kebutuhan jasmani ataupun rohani. Untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan akan produk, maka konsumen harus mengorbankan sesuatu sebagai balas jasanya misalnya dengan cara pembelian.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Yoiz Shofwa, yang berjudul “ Pengaruh kualitas produk dan religiusitas

terhadap keputusan nasabah produk simpanan pada BSM cabang Purwokerto”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel produk dapat mempengaruhi keputusan nasabah.

Aktivitas menabung diajarkan dalam Islam. Menabung adalah pelajaran yang dapat diteladani dari kisah nabi Yusuf AS. Hal ini juga tercantum dalam Al-Qur'an, yaitu QS. Yusuf ayat 47-48 yang artinya:

“Yusuf berkata: “Supaya kamu bertanam tujuh tahun (lamanya) sebagaimana biasa: Maka apa yang kamu tuai hendaklah kamu biarkan dibulirnya kecuali sedikit untuk kamu makan (47) Kemudian sesudah itu akan datang tujuh tahun yang amat sulit, yang menghabiskan apa yang kamu simpan untuk menghadapinya (tahun sulit), kecuali sedikit dari (bibit gandum) yang kamu simpan (48).”

Berdasarkan ayat diatas dapat dipahami bahwa Islam menganjurkan kepada umatnya untuk menabung untuk masa depan, dan megantisipasi hal-hal yang tidak diinginkan dengan finansialnya.

Hasil penelitian pada nasabah bank BNI Syariah, jawaban yang paling tinggi pada item X1.5 yaitu ( Produk tabungan di BNI Syariah sesuai dengan kebutuhan saya) terdapat 82,22% atau sebanyak 74 nasabah yang menjawab sangat setuju, penelitian ini sejalan dengan teori Kotler yaitu bahwa penggunaan jasa atau produk, dalam hal ini adalah produk tabungan, itu ditimbulkan karena adanya keinginan dan kebutuhan dari konsumen atau nasabah.

Sebagai seorang muslim, kita dianjurkan untuk menabung atau menyimpan harta kelebihan untuk dimasa depan atau untuk menghadapi kesulitan. Sudah tentu seseorang akan mengalami pasang surut perekonomian, sehingga kita berada dalam kesejahteraan, kita harus dapat menyisihkan dana untuk menghadapi krisis pada masa yang akan datang, sebab manusia tidak mengetahui apa yang akan terjadi esok hari.

## 2. Pengaruh Pelayanan terhadap keputusan nasabah

Berdasarkan hasil regresi terlihat bahwa variabel pelayanan memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5,164 dengan signifikansi 0,000. Hal ini berarti bahwa  $t_{hitung}$  (5,164) >  $t_{tabel}$  (1,662) maka  $H_0$  ditolak sehingga variabel pelayanan secara statistik  $\alpha = 5\%$  memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan nasabah. Hal ini dibuktikan dengan nilai (sig. 0,000 < 0,05).

Menurut Kotler, pelayanan adalah sesuatu yang tidak berwujud yang merupakan tindakan atau untuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. Kualitas Pelayanan yang diberikan perusahaan tentunya tidaklah hanya bertujuan untuk memberikan kepuasan semata, sebagai seorang muslim dalam memberikan pelayanan haruslah mendasarkan pada nilai-nilai syariah, guna mewujudkan nilai ketakwaan sekaligus membuktikan konsistensi keimanannya dalam rangka menjalankan misi syariah Islam. Tentunya hal tersebut dilakukan tidaklah hanya berorientasi pada komitmen materi sama, namun sebagai bagian dari ibadah.



Dalam penelitian ini diketahui bahwa Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah. Hasil uji statistik yang telah dilakukan menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  variabel pelayanan sebesar 5,164 dengan taraf signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Koefisien regresi pelayanan sebesar 0,301 menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan 1% maka keputusan nasabah akan meningkat 30,1%. Pengujian ini membuktikan bahwa pelayanan berpengaruh positif, signifikan terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah.

Berdasarkan hasil penelitian diatas ternyata H2 diterima yang berarti pelayanan (X2) mempengaruhi keputusan nasabah (Y). Penelitian ini sejalan dengan pendapat Kotler yaitu sesuatu yang tidak berwujud yang merupakan tindakan atau untuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun, maksud dari pendapat kotler ini bahwa pelayanan tidak berwujud, tetapi dapat dirasakan langsung oleh konsumen, dalam penelitian ini konsumen yang dimaksud adalah nasabah Bank BNI Syariah, dari pelayanan yang diberikan oleh pegawai bank BNI Syariah inilah yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah, apakah nasabah akan menggunakan jasa dari bank BNI Syariah ini atau tidak.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Muhammad Mukromin, yang berjudul “ Pengaruh Religiusitas, produk bank, kepercayaan, pengetahuan, dan pelayanan terhadap preferensi menabung

pada Perbankan Syariah (Studi kasus pada mahasiswa FEBI UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta), dengan hasil penelitian yaitu variabel pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi menabung pada mahasiswa.

Hasil penelitian pada nasabah bank BNI Syariah, jawaban yang paling tinggi pada item X2.3 yaitu ( pegawai bank BNI Syariah memberikan informasi yang akurat) terdapat 70,00% atau sebanyak 63 nasabah yang menjawab sangat setuju.

#### 1) Pelayanan terhadap nasabah dalam perspektif ekonomi Islam

Bank BNI Syariah kantor cabang Tanjung Karang merupakan badan usaha yang bergerak menghimpun dana dan menyalurkan dana, objek dari bank BNI Syariah ini adalah nasabah, karena peranan nasabah bagi bank sangat penting, tanpa adanya nasabah, bank tidak akan mungkin bisa menjalankan operasionalnya, untuk itu agar nasabah tetap setia dan tidak memilih beralih ke perusahaan lain.

Ekonomi Islam merupakan ilmu yang luas, mengatur segala bentuk usaha, tak terkecuali melayani nasabah, dalam Al-Qur'an Allah SWT telah berfirman dalam QS. Ali Imran 159, yang artinya:

Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itulah maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila

kamu telah membulatkan tekad, maka bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya”.

Ayat diatas menjelaskan bahwa, apabila bank menginginkan nasabah untuk tidak beralih ke perusahaan lain, hendaklah pegawai BNI Syariah memberikan pelayanan yang baik, bermurah senyum terhadap nasabah, memberikan fasilitas yang terbaik, sehingga membuat nasabah menjadi nyaman,serta memberikan sarana dan prasarana yang mumpuni agar nasabah nyaman.

Pelayanan kepada nasabah atau konsumen dalam ekonomi Islam harus mempertimbangkan unsur-unsur sebagai berikut:

- a. Jujur, yaitu sikap yang tidak berbohong, tidak menipu, tidak mengada-adakan fakta, tidak berkhianat serta tidak pernah ingkar janji. Hal ini sesuai dengan Al-Qur'an surat Asy-Syu'ara (26): 181-183.

Artinya:

Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu termasuk orang-orang yang merugikan, dan timbanglah dengan timbangan yang lurus dan janganlah kamu merugikan manusia padahak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan.

Ayat diatas menerangkan bahwa,orang yang tidak berlaku jujur akan merasa rugi akan kecurangannya, jika pihak bank berlaku curang

terhadap nasabah, maka nasabah akan jera untuk melakukan transaksi dengan pihak bank.

- b. Melayani dengan penuh amanah (tanggung jawab) merupakan faktor yang sangat penting, jika pihak bank BNI Syariah KC Tanjung Karang memegang teguh amanah, maka nasabah akan memiliki rasa kepercayaan yang besar terhadap bank, sehingga ini akan mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah atau tidak.
- c. Tidak menipu, sama saja dengan tidak melakukan kecurangan, berarti jika pihak bank BNI Syariah Kantor Cabang Tanjung Karang tidak melakukan penipuan, tentunya nasabah akan merasa aman dan menimbulkan rasa percaya untuk melakukan transaksi dengan pihak BNI Syariah Kantor Cabang Tanjung Karang.
- d. Menepati janji, sama saja dengan beramanah akan tugas ataupun kewajiban yang diberikan, pihak BNI Syariah hendaknya memiliki sifat amanah dan menepati janji dengan tujuan untuk menjaga loyalitas dari nasabah sehingga dapat menimbulkan keinginan dan memutuskan untuk menggunakan jasa bank syariah.
- e. Melayani dengan rendah hati artinya, karyawan bank BNI Syariah kantor cabang Tanjung Karang hendaknya bertutur kata yang lembut, sopan, mengucapkan salam, menyapa dengan ramah tamah dengan nasabah, untuk menimbulkan kenyamanan dalam diri nasabah.

- f. Tidak melupakan akhirat, artinya pihak bank BNI Syariah Tanjung Karang harus memberikan arahan kepada nasabah, bahwa dalam harta yang kita miliki terdapat hak-hak orang lain, untuk itu wajib mengeluarkan zakat.

Masyarakat akan memperhatikan pada pelayanan yang diberikan oleh bank, karena antara satu bank dengan bank yang lain menawarkan produk, dan jasa yang hampir serupa, seperti tabungan maupun pinjaman. Kunci perbedaan antara satu bank dengan yang lain adalah bagaimana kecepatan dan efisiensi pelayanan yang diberikan sebagai salah satu keunggulan kompetitif. Pelayanan yang diberikan oleh suatu bank sangat berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah. Faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan adalah kemampuan bank untuk memberikan pelayanan yang baik kepada nasabah.

Pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan dan akurat (*reliability*), pelayanan yang cepat dan tepat (*responsiveness*), Pelayanan yang menanamkan rasa percaya dan keyakinan kepada para nasabah (*assurance*), pelayanan yang ramah dan bersahabat (*emphaty*), dan bukti nyata yang diberikan, seperti kerapihan, suasana ruang (*tangible*) akan mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah yang ditawarkan.

### 3. Pengaruh Religiusitas terhadap keputusan nasabah

Berdasarkan hasil regresi terlihat, bahwa variabel religiusitas memiliki  $t_{hitung}$  sebesar 15,671 dengan signifikansi 0,000. Hal ini berarti bahwa  $t_{hitung}$   $15,671 > t_{tabel}$  1,662, maka  $H_0$  ditolak sehingga variabel religiusitas secara

statistik dengan  $\alpha = 5\%$  memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah, hal ini dibuktikan dengan nilai ( $\text{sig. } 0,000 < 0,05$ ).

Religiuitas adalah tingkat dimana seseorang setia kepada agamanya, sedangkan menurut Magill, religiusitas merupakan sikap seseorang terhadap agama secara umum, bukan hanya kepada satu aspek atau bidangnya saja dari agama, tetapi lebih terhadap sikap seseorang dalam memperlihatkan atau menunjukkan intensitas seseorang untuk menjadi orang beragama. Berdasarkan definisi diatas, dapat dilihat bahwa religiusitas, itu timbul karena komitmen atau kesetiaan terhadap agamanya, dalam hal ini sikap seseorang terhadap agama secara umum, bukan hanya kepada suatu aspek atau bidangnya saja.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa variabel religiusitas berpengaruh positif dan signifikan ( $0,000 < 0,05$ ) karena signifikansi religiusitas (0,000) lebih kecil dari nilai signifikansi yang digunakan ( $0,05$ ). Koefisien regresi religiusitas sebesar 0,809 menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan 1% religiusita, maka akan diikuti dengan kenaikan keputusan nasabah sebesar 80,9%.

Berdasarkan hasil penelitian diatas ternyata H3 diterima yang berarti religiusitas (X3) mempengaruhi keputusan nasabah (Y). Penelitian ini sejalan dengan pendapat Magill yaitu, religiusitas merupakan sikap seseorang terhadap agama secara umum, bukan hanya kepada satu aspek atau bidangnya

saja dari agama, tetapi lebih terhadap sikap seseorang dalam memperlihatkan atau menunjukkan intensitas seseorang untuk menjadi orang beragama. Berdasarkan definisi diatas, dapat dilihat bahwa religiusitas, itu timbul karena komitmen atau kesetiaan terhadap agamanya, dalam hal ini sikap seseorang terhadap agama secara umum, bukan hanya kepada suatu aspek atau bidangnya saja, semakin seseorang taat dalam menjalankan ajaran agamanya, semakin individu tersebut memiliki kontrol diri yang baik di dalam dirinya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Asraf, yang berjudul “Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan menyimpan dana di Bank Muamalat Indonesia Cabang Pasaraman Barat dengan religiusitas sebagai variabel moderator”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pemilihan untuk menyimpan dana pada BMI Pasaraman Barat, serta variabel religiusitas berperan sebagai variabel moderator.

Religiusitas adalah seberapa pengetahuan, seberapa kokoh keyakinan, seberapa pelaksanaan ibadah, dan seberapa dalam penghayatan atas agama yang dianut oleh seseorang. Religiusitas umumnya bersifat individual. Tetapi karena religiusitas yang dimiliki umumnya selalu menekankan pada pendekatan keagamaan bersifat pribadi, hal ini senantiasa mendorong seseorang mengembangkan dan menegaskan keyakinan itu dalam sikap, tingkah laku, dan praktek keagamaan yang dianutnya, ini didukung oleh firman Allah di dalam Al – Qur’an surat Al-Imran ayat 130 yang artinya:



“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan”.

Religiusitas diwujudkan dalam berbagai sisi kehidupan termasuk aspek ekonomi. Pada zaman modern ini kegiatan perekonomian tidak akan sempurna tanpa adanya lembaga perbankan. Lembaga perbankan tersebut termasuk ke dalam aspek syariat yang berhubungan dengan kegiatan muamalah. Dalam kegiatan bermuamalah, perlu diperhatikan bahwa semua transaksi dibolehkan kecuali yang diharamkan oleh syariat. Dan penyebab terlarangnya sebuah transaksi menurut syariat dikarenakan adanya faktor haram zatnya, haram selain zatnya, dan tidak sah. Haram zatnya disebabkan oleh objek transaksinya yang haram, haram selain zatnya didasarkan bahwa setiap transaksi haruslah memiliki prinsip kerelaan atau kedua belah pihak yang sama-sama ridho terhadap terjadinya suatu transaksi sehingga tidak akan terjadi *tadlis* yaitu penipuan.<sup>101</sup> Haram selain zatnya dalam praktek kegiatan perekonomian karena melanggar beberapa hal berikut, yaitu : *gharar*, *ihtikar*, *bai'najasy*, *riba*, *maysir*, *risywah*. Selain itu adanya dukungan dari Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) Majelis Ulama Indonesia (MUI) tahun 2003 bahwa bunga tidak sesuai dengan syariat islam.

4. Produk, Pelayanan dan Religiusitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah

---

<sup>101</sup> *Ibid*, h. 9

Berdasarkan hasil uji F yang dilakukan, diperoleh F hitung sebesar 86.942. sehingga secara simultan produk, pelayanan, dan religiusitas secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah. Berdasarkan hasil output SPSS model *sumarry* besarnya Adjusted R Square adalah 0,743. Hal ini berarti 74,3% variabel X1 (produk), X2 (pelayanan), X3 (religiusitas) mempengaruhi Y (keputusan nasabah) sebesar 74,3% dan sisanya 25,7% dipengaruhi oleh variabel lain, yang tidak dimasukkan ke dalam model.

- a. Produk dapat mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah. Produk dapat menjadi faktor penting dalam mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah. Strategi pemasaran jasa sangat penting digunakan untuk memasarkan produk, dalam hal ini adalah produk tabungan, dalam memasarkan jasa, keempat unsur promosi (*personal selling*, periklanan, *sales promotion*, dan *publicity*). Dengan memanfaatkan jasa-jasa secara menarik, membuat penawaran yang lebih mudah dari tawaran pesaing, mampu membuat reputasi yang baik. Produk dan harga haruslah didasari dengan nilai kejujuran dan keaslian, sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Kualitas produk yang diberikan harus sesuai dengan dengan yang ditawarkan. Jadi perusahaan dilarang menyembunyikan kecacatan dari produk yang ditawarkan kepada nasabah.

Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian untuk dibeli, untuk digandakan atau

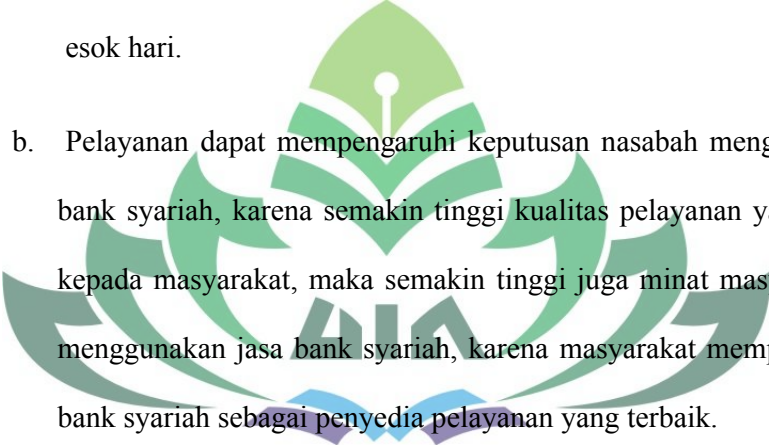
dikonsumsi yang dapat memenuhi keinginan mereka. Produk adalah sesuatu yang memberikan manfaat baik dalam hal memenuhi kebutuhan sehari-hari atau sesuatu yang ingin dimiliki oleh konsumen. Produk biasanya digunakan untuk konsumsi baik untuk kebutuhan jasmani ataupun rohani.

Untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan akan produk, maka konsumen harus mengorbankan sesuatu sebagai balas jasanya misalnya dengan cara pembelian. penggunaan jasa atau produk, dalam hal ini adalah produk tabungan, itu ditimbulkan karena adanya keinginan dan kebutuhan dari konsumen atau nasabah. Tabungan adalah simpanan berdasarkan akad *wadi'ah* atau investasi dana berdasarkan akad *mudharabah* atau akad lain yang tidak bertentangan dengan prinsip syariah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat dan ketentuan tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek, bilyet giro, dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.

Aktivitas menabung diajarkan dalam Islam. Menabung adalah pelajaran yang dapat diteladani dari kisah nabi Yusuf AS. Hal ini juga tercantum dalam Al-Qur'an, yaitu QS. Yusuf ayat 47-48 yang artinya: Artinya: "Yusuf berkata: "Supaya kamu bertanam tujuh tahun (lamanya) sebagaimana biasa: Maka apa yang kamu tuai hendalah kamu biarkan dibulirnya kecuali sedikit untuk kamu makan (47) Kemudian sesudah itu akan datang tujuh tahun yang amat sulit, yang

menghabiskan apa yang kamu simpan untuk menghadapinya (tahun sulit), kecuali sedikit dari (bibit gandum) yang kamu simpan (48).”

Sebagai seorang muslim, kita dianjurkan untuk menabung atau menyimpan harta kelebihan untuk dimasa depan atau untuk menghadapi kesulitan. Sudah tentu seseorang akan mengalami pasang surut perekonomian, sehingga kita berada dalam kesejahteraan, kita harus dapat menyisihkan dana untuk menghadapi krisis pada masa yang akan datang, sebab manusia tidak mengetahui apa yang akan terjadi esok hari.

- 
- b. Pelayanan dapat mempengaruhi keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah, karena semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan kepada masyarakat, maka semakin tinggi juga minat masyarakat untuk menggunakan jasa bank syariah, karena masyarakat mempercayai pada bank syariah sebagai penyedia pelayanan yang terbaik.

Pelayanan menurut Kotler yaitu sesuatu yang tidak berwujud yang merupakan tindakan atau untuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun, maksud dari pendapat kotler ini bahwa pelayanan tidak berwujud, tetapi dapat dirasakan langsung oleh konsumen, dalam penelitian ini konsumen yang dimaksud adalah nasabah Bank BNI Syariah, dari pelayanan yang diberikan oleh pegawai bank BNI Syariah inilah yang dapat mempengaruhi keputusan nasabah, apakah nasabah akan menggunakan jasa dari bank BNI Syariah ini atau tidak

Ekonomi Islam merupakan ilmu yang luas, mengatur segala bentuk usaha, tak terkecuali melayani nasabah, dalam Al-Qur'an Allah SWT telah berfirman dalam QS. Ali Imran 159 yang artinya:

Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itulah maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertakwalah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya”.

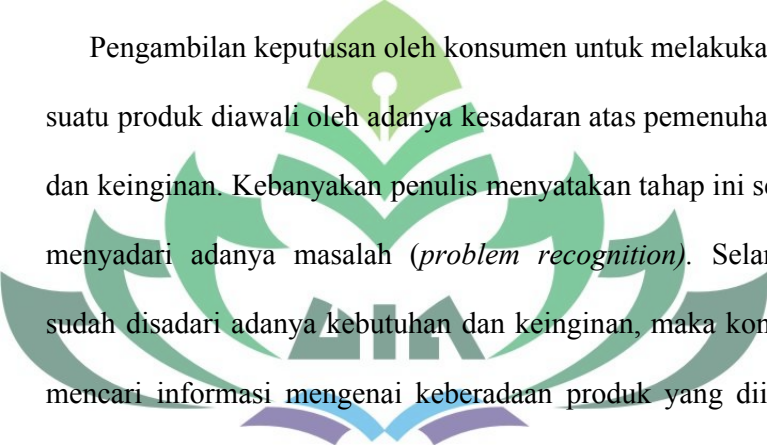
Ayat diatas menjelaskan bahwa, apabila bank menginginkan nasabah untuk tidak beralih ke perusahaan lain, hendaklah pegawai BNI Syariah memberikan pelayanan yang baik, bermurah senyum terhadap nasabah, memberikan fasilitas yang terbaik, sehingga membuat nasabah menjadi nyaman,serta memberikan sarana dan prasarana yang mumpuni agar nasabah nyaman.

- c. Religiusitas dapat mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah. Semakin tinggi tingkat religiusitas seseorang, maka semakin tinggi keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah, karena masyarakat berkeyakinan bahwa menggunakan jasa bank syariah adalah salah satu alternatif ketaatan kepada Allah. Menurut Magill religiusitas merupakan sikap

seseorang terhadap agama secara umum, bukan hanya kepada satu aspek atau bidangnya saja dari agama, tetapi lebih terhadap sikap seseorang dalam memperlihatkan atau menunjukkan intensitas seseorang untuk menjadi orang beragama. Hal ini didukung oleh firman Allah SWT dalam surat Al-Imran ayat 130 yang artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan betakwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapat keberuntungan”.

Berdasarkan definisi di atas, dapat dilihat bahwa religiusitas, itu timbul karena komitmen atau kesetiaan terhadap agamanya, dalam hal ini sikap seseorang terhadap agama secara umum, bukan hanya kepada suatu aspek atau bidangnya saja, semakin seseorang taat dalam menjalankan ajaran agamanya, semakin individu tersebut memiliki kontrol diri yang baik di dalam dirinya, karena adanya komitmen dan kesetiaan serta keinginan yang timbul dari dalam diri nasabah untuk menerapkan syariat-syariat islam ke dalam kehidupannya sehari-hari, dalam hal ini, nasabah menerapkannya dalam bentuk pemilihan bank syariah, dan produk tabungan. Hal ini sesuai dengan tujuan awal pendirian bank syariah yang ditujukan untuk kaum muslim agar dapat menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam kehidupan sehari-harinya. Mayoritas nasabah dalam penelitian ini menggunakan produk tabungan dengan akad wadiah, dimana akad wadiah ini sendiri adalah akad simpanan, yang tidak mendapatkan bagi hasil dan potongan admin.

Sehingga nasabah dengan aman dan seperti menabung dirumah saja, tanpa harus khawatir dengan bagi hasil yang mereka khawatirkan mengandung riba, yang walaupun kita tahu bahwa tidak mungkin ada unsur riba, karena semua penyaluran dana disalurkan ke ranah yang halal dan pembagian dari bagi hasil ini seseuai dengan keuntungan yang didapatkan bank ketika mengelola dana tersebut. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tingkat religiuitas dari nasabah BNI Syariah ini sangat tinggi.



Pengambilan keputusan oleh konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk diawali oleh adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan dan keinginan. Kebanyakan penulis menyatakan tahap ini sebagai tahap menyadari adanya masalah (*problem recognition*). Selanjutnya jika sudah disadari adanya kebutuhan dan keinginan, maka konsumen akan mencari informasi mengenai keberadaan produk yang diinginkannya. Proses pencarian informasi ini akan dilakukan dengan mengumpulkan semua informasi yang berhubungan dengan produk yang diinginkan. Dari berbagai informasi yang diperoleh konsumen melakukan seleksi atas alternatif-alternatif yang tersedia.

Berdasarkan analisis yang telah diuraikan diatas, diketahui bahwa produk dapat mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah. Produk biasanya digunakan untuk dikonsumsi baik untuk kebutuhan jasmani maupun rohani. Untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan akan produk, maka konsumen harus mengorbankan



sesuatu sebagai balas jasanya misalnya dengan cara pembelian. Di dalam penelitian ini produk yang dimaksud adalah produk tabungan yang dimiliki BNI Syariah, produk tabungan yang paling diminati oleh nasabah BNI Syariah adalah Tabungan BNI Bisnis iB Hasanah, tabungan dengan akad mudharabah atau wadiah yang dilengkapi dengan detil mutasi debit dan kredit pada buku tabungan dan bagi hasil yang lebih kompetitif bagi nasabah perorangan maupun non perorangan<sup>102</sup>.

Pelayanan dapat mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah. Semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan oleh BNI Syariah, maka semakin tinggi keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah, karena nasabah mempercayai pada bank syariah sebagai penyedia pelayanan yang baik.

Religiusitas dapat mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah. Semakin tinggi tingkat religiusitas, maka semakin tinggi keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah. Karena masyarakat berkeyakinan bahwa menabung di bank syariah adalah salah satu alternatif ketaatan kepada tuhan.

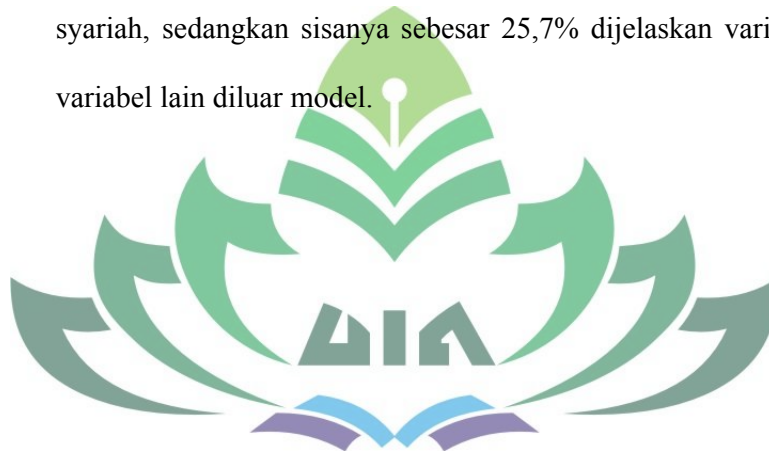
Berdasarkan uraian diatas, maka untuk mendapatkan keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah yang optimal, sangat diperlukan adanya keyakinan yang dalam setiap individu terhadap tuhan, pelayanan yang prima, dan senantiasa memberikan penjelasan

---

<sup>102</sup> Hasil wawancara dengan Customer Service BNI Syariah KCP Tanjung Karang.

tentang produk tabungan secara jelas agar nasabah dapat menggunakan produk tabungan sesuai dengan kebutuhannya.

Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi produk, pelayanan dan religiusitas, maka akan meningkatkan keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah. Berdasarkan hasil dari nilai *adjust R square* ( $R^2$ ) yang diperoleh 0,743 (74,3%). Hal ini berarti produk, pelayanan, dan religiusitas berpengaruh positif dan mempengaruhi 74,3% perubahan keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah, sedangkan sisanya sebesar 25,7% dijelaskan variansinya oleh variabel lain diluar model.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan empat hipotesis yang diterima dengan keterangan sebagai berikut:

1. Pengaruh Produk, Pelayanan, dan Religiusitas terhadap keputusan nasabah menggunakan jasa bank syariah
  - a. Produk berpengaruh positif, tetapi tidak signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung}$  variabel produk sebesar 1,703 dengan taraf signifikansi sebesar 0,092 lebih besar dari 0,05. maka semakin banyak ragam produk tabungan, semakin menarik produk tabungan, dapat memberi kemudahan bagi nasabah dan sesuai dengan kebutuhan nasabah, maka keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah, akan semakin tinggi. Dengan demikian,  $H_0$  ditolak, dan  $H_a$  diterima.
  - b. Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan  $t_{hitung}$  variabel pelayanan sebesar 5,164 dengan taraf signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 sehingga semakin tinggi kualitas pelayanan, maka semakin tinggi juga keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah. Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Pelayanan ini adalah bentuk jasa yang

dilakukan oleh pihak BNI Syariah, dengan bentuk pelayanan karyawan yang ramah, sopan, perhatian, sabar, dapat memberikan info yang akurat, cepat tanggap, dan berpenampilan rapi.

- c. Religiusitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung}$  variabel religiusitas sebesar 15,671 dengan taraf signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Sehingga semakin tinggi religiusitas, maka semakin tinggi keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah. Dengan demikian  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Religiusitas umumnya bersifat individual, tetapi karena religiusitas yang dimiliki umumnya selalu menekankan pada pendekatan keagamaan bersifat pribadi, hal ini senantiasa mendorong seseorang mengembangkan dan menegaskan keyakinan itu dalam sikap, tingkah laku, dan praktek keagamaan yang dianutnya. Inilah sisi sosial (kemasyarakatan) yang menjadi unsur pemeliharaan dan pelestarian sikap para individu yang menjadi anggota masyarakat tersebut. Berdasarkan hasil analisis diketahui bahwa religiusitas merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah.

2. Produk, Pelayanan dan Religiusitas secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah. Hal ini dibuktikan dengan  $F_{hitung}$  86.942 dengan

signifikansi 0,000, lebih kecil dari 0,05. Kemudian hasil dari adjust R square ( $R^2$ ) yang diperoleh 0,743 (74,3%). Hal ini berarti produk, pelayanan, dan religiusitas berpengaruh positif dan mempengaruhi 74,3% keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah. Sedangkan sisanya sebesar 25,7% dijelaskan variansinya oleh variabel lain di luar model.

## B. Saran

1. Mengingat persaingan tidak hanya dengan perbankan syariah sendiri, tetapi juga dengan perbankan konvensional, maka perlu kiranya untuk meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan. Karena faktor ini berpengaruh terhadap keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah.  
Pada saat nasabah sudah mendapatkan pengalaman yang dapat membandingkan antara kualitas produk yang ditawarkan dengan yang diberikan, maka disinilah tahapan penting untuk dapat mengetahui keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah.
2. Mayoritas nasabah BNI Syariah kantor cabang Tanjung Karang adalah umat Islam, maka perlu lagi ditingkatkan upaya untuk lebih mengenalkan kepada nasabah tentang karakteristik dari produk perbankan syariah. Khususnya tentang pemahaman fiqh terkait dengan implementasi akad yang ada di perbankan syariah,

sehingga dapat lebih meningkatkan keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah.

3. Perlu lebih ditingkatkan upaya sosialisasi yang intensif baik melalui media interpersonal, media elektronik maupun media cetak. Upaya ini diharapkan akan memberikan gambaran yang jelas sistem, produk perbankan syariah, kepada masyarakat awam yang belum begitu mengenal perbankan syariah.
4. Diharapkan pada penelitian yang akan datang jumlah sampel digunakan bisa lebih banyak. Dengan sampel yang lebih banyak, maka analisis dari penelitian yang didapatkan akan lebih akurat.
5. Bagi peneliti selanjutnya juga dapat menjadikan penelitian ini sebagai acuan dan referensi dalam penelitian sejenis.
6. Bagi penelitian mendatang hendaknya dapat menambah variabel-variabel lain yang mempengaruhi keputusan nasabah untuk menggunakan jasa bank syariah, selain variabel yang digunakan agar dapat terdefinisi dengan lebih sempurna.
7. Diperlukan pendekatan kualitatif untuk memperkuat kesimpulan karena instrumen penelitian rentan terhadap persepsi responden yang tidak menggambarkan keadaan sebenarnya dalam diri masing-masing. Pendekatan ini bisa dilakukan dengan observasi atau pengamatan langsung ke dalam objek dilengkapi dengan wawancara atau pertanyaan lisan yang dijadikan lokasi penelitian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Zainuddin. *Hukum Perbankan Syariah*, Jakarta: Sinar Grafika, 2008.
- Antonio, Muhammad Syafii. *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, Jakarta: Gema Insani, 2016.
- Arikunto, Suharsimi. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Edisi revisi Jakarta: Rineka Cipta, 2010
- Basrowi dan Suwandi. *Metode Penelitian Kuantitatif*, Jakarta: Rineka Cipta, 2008
- Cooper dan Schinder. *Metode Penelitian Kuantitatif*, Bandung: Rineka Cipta, 2011
- Depag RI, *Al- Qur'an Tajwid dan Terjemah*, Bandung: CV Penerbit Diponegoro 2012.
- Dewan Pengurus Nasional FORDEBI dan ADESY. *Ekonomi dan Bisnis Islam serikonsep dan aplikasi ekonomi dan bisnis Islam*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016.
- Ghazali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Semarang: Badan Penerbit UNDIP, 2009.
- Glock dan Stark, dkk. *Psikologi Terapan, Mengupas Dinamika Kehidupan Umat Manusia* (Yogyakarta: Darussalam, 2004)
- Hakim, Lukman. *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*, Penerbit Erlangga, 2012
- Kasmir. *Pemasaran Bank*, Jakarta: Kencana, 2005
- , *Manajemen Perbankan*, Jakarta: Rajawali Pers, 2005
- Kotler, Philp. *Dasar-Dasar Pemasaran jilid 2*, Jakarta: Prenhallindo, 1997.
- Lupioadi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba empat, 2000
- Muhammad, *Manajemen Bank Syariah*, Yogyakarta: AMPYKPN, 2002.
- Naf'an. *Pembiayaan Musyarakah dan Mudharabah*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014
- Nurul Huda, Mohamad Heykal. *Lembaga Keuangan Islam, tinjauan teoritis dan praktis*, Jakarta: Kencana. Mei 2010.
- Priyatno, Duwi. *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis dan Penelitian SPSS*, Yogyakarta: Gava Media, 2010.
- Soemitra, Andri. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*, Jakarta: Kencana, 2009.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta 2013.
- , *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*, Bandung: Alfabeta, 2008



- Suharsaputra, Uhar. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan tindakan*, Bandung Refika A 2014
- Sujarweni, V. Wiratna. *Metode Penelitian Pendekatan Praktis dalam Penelitian* Yogyakarta: Andi Offset.
- Sunyoto, Danang. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran, konsep, strategi dan kasus* Yogyakarta: Caps, 2012.
- Sutisna. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Bandung: Rosda, 2002.
- Tika, Moh. Pabundu. *Metode Penelitian Bisnis*, Jakarta: Bumi Aksara, 2006.
- Tjiptono, Fendi. *Pemasaran Jasa*, Yogyakarta: Bayumedia, 2011.
- Yusanto, Muhammad Ismail. Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami*, Jakarta: Gema Insani Press, 2002.
- Alfi Mulikah Lestari. “Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, Kepercayaan, Pengetahuan, dan Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Pada Perbankan Syariah”. *Jurnal Ilmiah*, (Malang, 2015).
- Asraf. *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Menyimpan Dana di Bank Muamalat Indonesia Cabang Pasaraman Barat Dengan Religiusitas Sebagai Variabel Moderator*, e-journal apresiasi ekonomi volume 2 nomor 1 Januari 2014.
- Bagja Sumantri. “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Pembiayaan Terhadap Minat dan Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah”, *jurnal economia*, Vol 10 nomor 2 (Oktober, 2014).
- Dewi Nur Ika. *Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Nasabah, dan Atribut Produk Islam Terhadap Kepuasan Nasabah pada BRI cabang Malang*, Malang, 2013.
- EL-JIZYA, *Pengaruh Kualitas Produk dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Produk Simpanan Pada BSM Cabang Purwokerto*, *jurnal Ekonomi Islam*, volume 4 nomor 1 Juni 2016
- Faridhah Nur Azizah. “Pengaruh Religiusitas, Pemahaman Produk ,dan Pelayanan Terhadap Permintaan Pembiayaan di KSU Ja'far Medika Syariah”, skripsi(2017).
- Ghozali Maski. “Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Pendekatan Komponen dan Model Logistik, Studi pada Bank Syariah Malang”, *Jounal of Indonesia Applied Economics*, Vol 4 No. 1 ( Mei. 2010).
- Jabnour, Naceur. *Islam and Management*, Riyadh: International Islamic Publishing Publishing House, 2005.

- Misbach Irwan. *Perbandingan Kualitas Layanan Bank Syariah dan Bank Konvensional (pendekatan model PBZ)*, Jurnal Keuangan dan Perbankan, volume 20 nomor 1 Januari 2016.
- Muhammad Mukromin. “ *Pengaruh Religiusitas, Produk Bank, dan Kepercayaan, Pengetahuan, dan Pelayanan Terhadap Preferensi Menabung Pada Perbankan Syariah (studi kasus pada mahasiswa FEBI UIN Sunan Kalijaga)*”, skripsi (2017).
- Nidaul Chusnah. “*Pengaruh Religiusitas, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Pembantu Magelang*”, skripsi (2016).
- Toni Prasetyo Utomo. “*Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah Dalam Memilih Jasa Perbankan Syariah*”, Artikel jurnal, ( Malang, 2014).
- Trisera Reny Hapsari, *Pengaruh Kualitas Produk dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Menabung Pada Bank Muamalat Indonesia*, studi kasus pada kantor kas Baiturrahman Bank Muamalat Indonesia.
- Yoiz Shofwa. “ *Pengaruh Kualitas Produk dan Religiusitas Terhadap Keputusan Nasabah Produk Simpanan Pada BSM Cabang Purwokerto*”, Jurnal Ekonomi Islam, El-Jizya, Vol 4 nomor 1 ( januari - Juni, 2016).
- BNI Syariah pemicu industri perbankan syariah nasional ( On-Line), tersedia di: <http://www.gomuslim.co.id/read/korporasi/2016/05/10/364/bni-syariah-pemacu-industri-perbankan-syariah-nasional.html>, ( 25 Januari 2017 ).
- Otoritas Jasa Keuangan, *Statistik Perbankan Syariah (SPS)*, Agustus 2017 (On-Line), tersedia di <http://www.ojk.go.id> (27 Oktober 2017).
- Produk Tabungan BNI Syariah, (On-Line), tersedia di: <http://www.bnisyariah.co.id/kategori-produk/tabungan>, (18 Februari 2017).



### Dokumentasi:



1. Observasi tentang pelayanan yang diberikan staff BNI Syariah terhadap nasabah



2. Foto bersama pegawai BNI Syariah



3. Wawancara dengan Customer Service BNI



4. Pengisian kuesioner oleh nasabah

## LAMPIRAN 1. KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth

Bapak/Ibu/Sdr/i Nasabah BNI Syariah

Di Tempat

*Assalamu'alaikum wr.wb*

Yang bertanda tangan di bawah ini saya:

Nama: Vika Aulisia

NPM: 1351020055

Jurusan: Perbankan Syariah

Mohon bantuan bapak/Ibu/Sdr/i untuk mengisi kuesioner terlampir guna untuk kepentingan dalam penulisan skripsi berjudul: **“Pengaruh Produk, Pelayanan, dan Religiusitas terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Jasa Bank Syariah (Studi Pada BNI Syariah KC Tanjung Karang, Bandar Lampung)”**

Data-data yang disampaikan dalam kuesioner ini sangat penting untuk penulisan skripsi sebagai salah satu syarat kelulusan dalam memperoleh gelar strata satu (S1) dan data yang Bapak/Ibu/Sdr/i berikan semata-mata untuk kepentingan akademik dan dijamin kerahasiaannya.

Atas kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i dalam pengisian kuesioner ini saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr.wb.

Bandar Lampung

Hormat Saya.

Vika Aulisia

#### **A. KARAKTERISTIK NASABAH**

1. Jenis kelamin Anda?
  - a. Laki-laki      b. Perempuan
2. Pendidikan Terakhir Anda?
  - a. SD                      c. SMA
  - b. SMP                    d. Perguruan Tinggi
3. Pekerjaan Anda?
  - a. PNS                    c. Wirausaha/Karyawan
  - b. Petani                d. Buruh
4. Dari manakah Anda memperoleh informasi tentang KC BNI Syariah Tanjung Karang?
  - a. Majalah/ tabloid/ brosur
  - b. Teman/ keluarga
  - c. Radio/ TV
  - d. Pegawai KC BNI Syariah Tanjung Karang
5. Alasan apa yang menyebabkan anda menjadi nasabah KC BNI Syariah Tanjung Karang?
  - a. Transaksi di BNI Syariah Tanjung Karang berdasarkan pada prinsip syariah
  - b. Lebih mudah prosesnya dari pada bank lain
  - c. Tempatnya lebih mudah dijangkau
  - d. Bagi hasil yang diperoleh nasabah lebih besar dibandingkan bank lain.

#### **B. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER**

1. Mohon dengan hormat, bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk menjawab seluruh pertanyaan yang ada dalam kuesioner ini.
2. Berilah tanda (✓) pertanyaan berikut yang sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya pada kolom yang tersedia.
3. Di dalam angket ini, yakni persepsi (kenyataan) nasabah KC BNI Syariah Tanjung Karang. Dan disetiap bagian ada 5 (lima) dimensi penelitian dengan masing-masing mengandung beberapa pertanyaan.
4. Ada 5 (lima) pilihan jawaban untuk masing-masing pertanyaan, yaitu:
  - SS                      = Sangat Setuju
  - S                        = Setuju
  - RG                     = Ragu-ragu
  - TS                     = Tidak Setuju
  - STS                    = Sangat Tidak Setuju

## Daftar Pertanyaan

### 1. Produk

No.	Pertanyaan	SS	S	RG	TS	STS
1	Produk tabungan yang ditawarkan BNI Syariah sesuai dengan prinsip syariah					
2	Produk tabungan yang dimiliki BNI Syariah sangat beragam					
3	Produk tabungan yang ditawarkan BNI Syariah sangat menarik					
4	Produk tabungan BNI Syariah memberikan kemudahan dalam melakukan transaksi bagi nasabah					
5	Produk tabungan di BNI Syariah sesuai kebutuhan saya					

### 2. Pelayanan

No.	Pertanyaan	SS	S	RG	TS	STS
1	Pegawai BNI Syariah ramah dan sopan dalam melayani nasabah.					
2	Pegawai penuh perhatian dan sabar dalam melayani transaksi					
3	Pegawai memberikan informasi yang akurat					
4	Pelayanan dari pegawai cepat dan tanggap terhadap nasabah					
5	Pegawai berpenampilan rapi dan sopan					



### 3. Religiusitas

No	Pertanyaan	SS	S	RG	TS	STS
1	Saya percaya bahwa setiap perbuatan manusia akan mendapatkan balasan dari Allah					
2	Saya mendirikan sholat fardhu secara tepat waktu					
3	Saya merasa berdosa saat meninggalkan sholat					
4	Saya menyisihkan uang saya untuk bersedekah					
5	Saya ikut menghadiri pengajian, membaca buku Islami, dan mendengarkan kajian Islam di TV atau radio untuk menambah pengetahuan.					

### 4. Keputusan

No	Pertanyaan	SS	S	RR	TS	STS
1	Saya menabung di BNI Syariah karena sesuai dengan keinginan saya					
2	Saya yakin dalam memilih BNI Syariah sebagai bank pilihan saya					
3	Saya akan terus menggunakan BNI Syariah sebagai bank pilihan saya dan akan merekomendasikan kepada orang lain					
4	Saya menabung di BNI Syariah karena adanya dorongan faktor syariah					
5	Saya menabung di BNI Syariah karena bebas dari unsur bunga/ribawi					



JK	pendidikan	pekerjaan	informasi	alasan	P1	P2	P3	P4	P5	Jumlah	X1	P6	P7	P8	P9
1	3	4	4	1	4	4	4	4	5	21	4.2	5	5	5	5
1	4	1	1	2	4	4	4	4	5	21	4.2	5	5	5	4
1	4	1	1	1	4	4	4	5	5	22	4.4	5	5	5	4
2	3	4	2	3	4	4	4	4	5	21	4.2	5	5	5	5
1	3	4	4	1	5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	4
1	4	3	2	2	4	5	4	5	5	23	4.6	5	5	5	5
2	3	3	4	2	5	5	5	5	4	24	4.8	4	4	5	4
2	3	4	2	1	4	4	4	5	5	22	4.4	5	5	5	5
1	3	3	1	2	4	4	4	4	5	21	4.2	5	4	5	4
1	4	3	4	1	5	5	4	4	4	22	4.4	4	4	5	5
2	4	3	4	1	5	4	4	4	5	22	4.4	5	5	5	5
2	3	3	1	3	4	4	4	4	5	21	4.2	5	5	5	5
2	4	1	4	2	4	5	5	5	5	24	4.8	4	5	4	5
2	3	4	4	2	4	4	5	5	5	23	4.6	5	5	5	5
1	4	1	4	2	5	5	5	4	5	24	4.8	4	5	5	5
2	3	3	1	3	5	4	4	4	5	22	4.4	4	5	5	4
1	4	1	3	2	5	5	5	5	4	24	4.8	4	4	5	4
2	3	3	2	1	5	5	5	5	4	24	4.8	4	4	5	4
1	4	1	4	4	5	5	5	5	4	24	4.8	5	5	5	4
2	3	3	1	2	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5
2	4	1	4	1	5	5	5	5	4	24	4.8	5	5	5	4
1	3	3	2	2	5	5	5	5	4	24	4.8	5	5	5	4
2	4	3	2	3	5	5	5	5	5	25	5	4	4	4	5
1	3	3	2	1	5	5	5	5	4	24	4.8	4	4	5	5
2	4	1	1	3	4	4	4	4	5	21	4.2	5	5	4	5
2	3	4	2	3	5	5	5	5	5	25	5	4	4	5	5
1	3	3	1	2	5	5	4	4	4	22	4.4	4	5	5	5
2	3	3	1	1	5	5	4	4	5	23	4.6	4	5	5	5
2	4	3	1	4	5	5	5	4	5	24	4.8	5	5	5	4
1	4	1	4	2	5	4	4	5	4	22	4.4	5	4	5	4
2	3	4	2	3	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5
1	3	4	2	2	5	4	5	5	5	24	4.8	5	5	5	5
2	4	3	1	1	5	4	5	5	4	23	4.6	5	5	5	5
2	3	3	2	2	5	5	4	4	5	23	4.6	5	5	4	4
2	4	3	4	1	4	4	5	5	5	23	4.6	4	5	5	4
2	3	4	4	3	4	4	4	5	5	22	4.4	5	5	5	4
1	3	4	2	2	4	4	5	5	5	23	4.6	5	4	5	5
2	4	4	1	2	5	5	4	4	5	23	4.6	5	5	5	4
1	4	1	4	1	4	4	4	5	5	22	4.4	5	4	4	5
2	4	1	4	1	5	5	5	5	5	25	5	4	4	5	5
2	4	1	4	1	5	5	5	5	5	25	5	4	4	4	5
1	4	1	4	1	5	5	4	5	5	24	4.8	5	5	5	5
2	4	4	1	2	5	5	5	4	5	24	4.8	5	5	5	4
1	3	4	2	2	4	5	5	5	4	23	4.6	5	4	5	5
2	3	4	4	3	4	5	5	5	5	24	4.8	5	5	5	4
2	4	3	4	1	5	5	5	5	5	25	5	4	5	5	4

2	3	3	2	2	5	4	4	5	5	23	4.6	5	5	4	4
2	4	3	1	1	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5
1	3	4	2	2	5	4	5	5	5	24	4.8	5	5	5	5
2	3	4	2	3	5	4	4	4	4	21	4.2	5	5	5	5
1	4	1	4	2	5	5	5	5	5	25	5	5	4	4	5
2	4	3	1	4	5	4	5	5	5	24	4.8	5	4	5	4
2	3	3	1	1	5	5	5	5	5	25	5	4	4	5	5
1	3	3	1	2	5	5	5	5	5	25	5	4	5	5	5
2	3	4	2	3	5	5	4	5	5	24	4.8	4	4	5	5
2	4	1	1	3	5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	4
1	3	3	2	1	5	4	5	5	5	24	4.8	4	4	5	5
2	4	3	2	3	5	4	5	5	5	24	4.8	4	4	4	5
1	3	3	2	2	5	5	5	5	4	24	4.8	5	5	4	4
2	4	1	4	1	5	4	4	5	5	23	4.6	5	5	5	4
2	3	3	1	2	5	5	5	4	4	23	4.6	5	5	5	5
1	4	1	4	4	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5
2	3	3	2	1	5	4	5	5	5	24	4.8	4	4	4	4
1	4	1	3	2	5	5	5	5	5	25	5	4	4	4	4
2	3	3	1	3	4	4	4	4	4	20	4	4	5	5	4
1	4	1	4	2	5	5	5	5	5	25	5	4	4	4	5
2	3	4	4	2	5	4	4	5	5	23	4.6	5	4	4	5
2	4	1	4	2	5	4	4	5	5	23	4.6	4	5	4	5
2	3	3	1	3	4	5	5	5	5	24	4.8	5	5	5	4
2	4	3	4	1	5	4	5	5	5	24	4.8	5	5	5	5
1	4	3	4	1	5	5	5	5	5	25	5	4	4	5	4
1	3	3	1	2	5	5	5	5	5	25	5	5	4	5	4
2	3	4	2	1	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5
2	3	3	4	2	5	5	5	5	5	25	5	4	4	4	4
1	4	3	2	2	4	4	5	5	5	23	4.6	5	5	4	5
1	3	4	4	1	5	5	4	5	5	24	4.8	5	5	4	4
2	3	4	2	3	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5
1	4	1	1	1	5	5	4	5	5	24	4.8	5	5	4	5
1	4	1	1	2	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5
1	3	4	4	1	5	4	5	5	5	24	4.8	5	5	5	4
1	3	2	2	3	5	5	5	5	5	25	5	5	4	4	4
2	3	3	1	3	5	5	4	5	5	24	4.8	5	5	4	5
2	3	3	1	1	5	5	5	5	5	25	5	5	4	5	5
1	4	3	4	1	5	5	4	5	5	24	4.8	5	5	4	5
2	4	1	4	1	5	5	4	5	5	24	4.8	4	4	5	4
2	3	3	1	1	5	5	4	5	5	24	4.8	5	4	4	4
2	3	3	3	1	5	5	5	5	5	25	5	4	4	5	5
1	3	4	2	1	5	5	5	5	5	25	5	4	4	5	5
1	4	1	4	1	5	5	5	5	5	25	5	4	4	4	5
1	3	3	1	3	5	5	5	5	5	25	5	5	4	4	4

P10	Jumlah	X2	P11	P12	P13	P14	P15	Jumlah	X3	P16	P17	P18	P19	P20	Jumlah	Y
5	25	5	5	4	5	4	4	22	4.4	5	5	4	4	5	23	4.6
4	23	4.6	5	4	5	5	4	23	4.6	5	5	4	5	4	23	4.6
4	23	4.6	5	5	5	5	4	24	4.8	5	5	5	5	4	24	4.8
5	25	5	5	4	5	4	4	22	4.4	4	5	4	4	5	22	4.4
4	22	4.4	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	4	24	4.8
5	25	5	5	4	5	5	4	23	4.6	5	5	4	5	5	24	4.8
5	22	4.4	5	4	5	5	5	24	4.8	4	5	5	5	5	24	4.8
4	24	4.8	5	4	5	5	4	23	4.6	5	5	4	5	4	23	4.6
4	22	4.4	5	4	5	4	4	22	4.4	5	5	4	4	4	22	4.4
3	21	4.2	5	4	5	5	5	24	4.8	4	5	4	5	3	21	4.2
4	24	4.8	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	4	24	4.8
4	24	4.8	5	4	5	3	4	21	4.2	5	5	4	3	4	21	4.2
5	23	4.6	5	4	4	4	4	21	4.2	5	4	5	4	5	23	4.6
5	25	5	5	4	5	5	4	23	4.6	5	5	4	5	5	24	4.8
4	23	4.6	4	4	5	5	5	23	4.6	4	5	4	5	4	22	4.4
5	23	4.6	4	5	4	5	5	23	4.6	4	4	5	5	5	23	4.6
4	21	4.2	5	5	4	4	5	23	4.6	5	4	5	4	4	22	4.4
5	22	4.4	5	5	4	4	5	23	4.6	5	5	5	4	5	24	4.8
5	24	4.8	5	5	4	4	5	23	4.6	5	4	5	5	5	24	4.8
5	25	5	4	4	4	4	5	21	4.2	4	4	4	5	5	22	4.4
5	24	4.8	5	5	5	4	5	24	4.8	5	5	5	5	5	25	5
4	23	4.6	5	5	4	4	5	23	4.6	5	4	5	4	4	22	4.4
4	21	4.2	5	5	4	4	5	23	4.6	5	4	5	4	4	22	4.4
4	22	4.4	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	4	24	4.8
5	24	4.8	5	4	4	5	4	22	4.4	5	4	4	5	5	23	4.6
5	23	4.6	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	25	5
4	23	4.6	5	4	4	5	5	23	4.6	5	4	4	5	4	22	4.4
4	23	4.6	4	4	4	4	5	21	4.2	4	5	4	4	4	21	4.2
4	23	4.6	5	4	4	4	5	22	4.4	5	4	4	4	4	21	4.2
4	22	4.4	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	4	24	4.8
5	25	5	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	25	5
5	25	5	5	4	5	5	5	24	4.8	5	5	4	5	5	24	4.8
4	24	4.8	5	4	4	4	5	22	4.4	5	4	4	4	4	21	4.2
5	23	4.6	4	3	4	4	5	20	4	4	4	3	4	5	20	4
5	23	4.6	5	5	5	5	4	24	4.8	5	5	5	5	5	25	5
5	24	4.8	5	5	4	5	4	23	4.6	5	4	5	5	5	24	4.8
5	24	4.8	5	4	4	4	4	21	4.2	5	4	4	4	5	22	4.4
4	23	4.6	4	4	4	4	5	21	4.2	4	5	4	4	4	21	4.2
4	22	4.4	5	4	4	4	4	21	4.2	5	4	5	5	4	23	4.6
4	22	4.4	5	4	5	4	5	23	4.6	5	5	4	5	4	23	4.6
4	21	4.2	5	4	5	4	5	23	4.6	5	5	5	4	4	23	4.6
5	25	5	5	4	4	4	4	21	4.2	5	4	4	4	5	22	4.4
5	24	4.8	4	4	4	4	5	21	4.2	4	4	4	4	5	21	4.2
4	23	4.6	5	4	4	4	4	21	4.2	5	4	4	4	4	21	4.2
5	24	4.8	5	5	4	5	4	23	4.6	5	4	5	5	5	24	4.8
4	22	4.4	5	5	5	5	4	24	4.8	5	5	5	5	4	24	4.8

5	23	4.6	4	3	4	4	5	20	4	4	4	3	4	5	20	4
5	25	5	5	4	4	4	5	22	4.4	5	4	4	4	5	22	4.4
5	25	5	5	4	5	5	5	24	4.8	5	5	4	5	5	24	4.8
4	24	4.8	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	4	24	4.8
4	22	4.4	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	4	24	4.8
5	23	4.6	5	4	4	4	5	22	4.4	5	4	4	4	5	22	4.4
5	23	4.6	4	4	4	4	5	21	4.2	4	4	4	4	5	21	4.2
4	23	4.6	5	4	4	5	5	23	4.6	5	4	4	5	4	22	4.4
5	23	4.6	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	25	5
5	23	4.6	5	4	4	5	4	22	4.4	5	4	4	5	5	23	4.6
4	22	4.4	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	4	24	4.8
4	21	4.2	5	5	4	4	5	23	4.6	5	4	5	4	4	22	4.4
4	22	4.4	5	5	4	4	5	23	4.6	5	4	5	4	4	22	4.4
5	24	4.8	5	5	5	4	5	24	4.8	5	5	5	4	5	24	4.8
4	24	4.8	4	4	4	4	5	21	4.2	4	4	4	4	4	20	4
5	25	5	5	5	4	4	5	23	4.6	5	4	5	4	5	23	4.6
4	20	4	5	5	4	4	5	23	4.6	5	4	5	4	4	22	4.4
5	21	4.2	5	5	4	4	5	23	4.6	5	4	5	4	5	23	4.6
4	22	4.4	4	5	4	5	5	23	4.6	4	4	5	5	4	22	4.4
5	22	4.4	4	4	5	5	5	23	4.6	4	5	4	5	5	23	4.6
4	22	4.4	5	4	5	5	4	23	4.6	5	5	4	5	4	23	4.6
5	23	4.6	5	4	4	4	5	22	4.4	5	4	4	4	5	22	4.4
5	24	4.8	5	4	5	3	4	21	4.2	5	5	4	3	5	22	4.4
5	25	5	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	25	5
4	21	4.2	5	4	5	5	5	24	4.8	5	5	4	5	4	23	4.6
5	23	4.6	5	4	5	4	4	22	4.4	5	5	4	4	5	23	4.6
5	25	5	5	4	5	5	4	23	4.6	5	5	4	5	5	24	4.8
4	20	4	5	4	5	5	5	24	4.8	5	5	4	5	4	23	4.6
4	23	4.6	5	4	5	5	4	23	4.6	5	5	4	5	4	23	4.6
4	22	4.4	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	4	24	4.8
5	25	5	5	4	5	4	4	22	4.4	5	5	4	4	5	23	4.6
5	24	4.8	5	5	5	5	4	24	4.8	5	5	5	5	5	25	5
4	24	4.8	5	4	5	5	4	23	4.6	5	5	4	5	4	23	4.6
4	23	4.6	5	4	5	4	4	22	4.4	5	5	4	4	4	22	4.4
4	21	4.2	4	3	4	3	5	19	3.8	4	4	3	4	4	19	3.8
5	24	4.8	3	4	4	4	4	19	3.8	3	4	4	4	5	20	4
4	23	4.6	5	3	5	4	4	21	4.2	5	5	3	4	4	21	4.2
4	23	4.6	5	4	5	4	4	22	4.4	5	5	4	4	4	22	4.4
5	22	4.4	5	4	4	4	5	22	4.4	5	4	4	4	5	22	4.4
4	21	4.2	4	4	4	4	5	21	4.2	4	4	4	4	4	20	4
4	22	4.4	5	4	5	4	4	22	4.4	5	5	4	4	4	22	4.4
5	23	4.6	4	4	5	4	4	21	4.2	4	5	4	4	5	22	4.4
5	22	4.4	4	4	5	5	5	23	4.6	4	5	4	5	5	23	4.6
5	22	4.4	5	4	5	5	4	23	4.6	5	5	4	5	5	24	4.8

### Uji Validitas X1 (Produk)

Correlations							
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Jumlah
X1.1	Pearson Correlation	1	.440**	.259*	.182	-.109	.611**
	Sig. (2-tailed)		.000	.014	.086	.308	.000
	N	90	90	90	90	90	90
X1.2	Pearson Correlation	.440**	1	.350**	.185	-.103	.676**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.082	.336	.000
	N	90	90	90	90	90	90
X1.3	Pearson Correlation	.259*	.350**	1	.454**	-.052	.719**
	Sig. (2-tailed)	.014	.001		.000	.625	.000
	N	90	90	90	90	90	90
X1.4	Pearson Correlation	.182	.185	.454**	1	.116	.651**
	Sig. (2-tailed)	.086	.082	.000		.278	.000
	N	90	90	90	90	90	90
X1.5	Pearson Correlation	-.109	-.103	-.052	.116	1	.242*
	Sig. (2-tailed)	.308	.336	.625	.278		.022
	N	90	90	90	90	90	90
Jumlah	Pearson Correlation	.611**	.676**	.719**	.651**	.242*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.022	
	N	90	90	90	90	90	90

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### Uji Reliabilitas X1 (Produk)

#### Reliability Statistics



Cronbach's Alpha	N of Items
.727	6

#### Uji Validitas X2 (Pelayanan)

		Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Jumlah
X2.1	Pearson Correlation	1	.455**	.020	-.071	.118	.574**
	Sig. (2-tailed)		.000	.850	.506	.269	.000
	N	90	90	90	90	90	90
X2.2	Pearson Correlation	.455**	1	.174	.010	.180	.689**
	Sig. (2-tailed)	.000		.101	.924	.090	.000
	N	90	90	90	90	90	90
X2.3	Pearson Correlation	.020	.174	1	.029	.056	.465**
	Sig. (2-tailed)	.850	.101		.783	.602	.000
	N	90	90	90	90	90	90
X2.4	Pearson Correlation	-.071	.010	.029	1	-.018	.366**
	Sig. (2-tailed)	.506	.924	.783		.865	.000
	N	90	90	90	90	90	90
X2.5	Pearson Correlation	.118	.180	.056	-.018	1	.532**
	Sig. (2-tailed)	.269	.090	.602	.865		.000
	N	90	90	90	90	90	90
Jumlah	Pearson Correlation	.574**	.689**	.465**	.366**	.532**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	90	90	90	90	90	90

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

#### Uji Reliabilitas X2 (Pelayanan)

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.682	6

### Uji Validitas X3 (Religiusitas)

#### Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Jumlah
X3.1	Pearson Correlation	1	.312**	.314**	.177	-.214*	.526**
	Sig. (2-tailed)		.003	.003	.095	.043	.000
	N	90	90	90	90	90	90
X3.2	Pearson Correlation	.312**	1	.059	.320**	.244*	.710**
	Sig. (2-tailed)	.003		.583	.002	.021	.000
	N	90	90	90	90	90	90
X3.3	Pearson Correlation	.314**	.059	1	.414**	-.255*	.541**
	Sig. (2-tailed)	.003	.583		.000	.015	.000
	N	90	90	90	90	90	90
X3.4	Pearson Correlation	.177	.320**	.414**	1	.007	.716**
	Sig. (2-tailed)	.095	.002	.000		.949	.000
	N	90	90	90	90	90	90
X3.5	Pearson Correlation	-.214*	.244*	-.255*	.007	1	.286**
	Sig. (2-tailed)	.043	.021	.015	.949		.006
	N	90	90	90	90	90	90
Jumlah	Pearson Correlation	.526**	.710**	.541**	.716**	.286**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.006	
	N	90	90	90	90	90	90

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### Uji Reliabilitas X3 (Religiusitas)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.710	6

Uji Validitas Y (Keputusan nasabah)

		Correlations					
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Jumlah
Y.1	Pearson Correlation	1	.170	.328**	.114	-.082	.540**
	Sig. (2-tailed)		.110	.002	.284	.440	.000
	N	90	90	90	90	90	90
Y.2	Pearson Correlation	.170	1	.046	.312**	-.126	.512**
	Sig. (2-tailed)	.110		.665	.003	.237	.000
	N	90	90	90	90	90	90
Y.3	Pearson Correlation	.328**	.046	1	.290**	-.024	.645**
	Sig. (2-tailed)	.002	.665		.005	.820	.000
	N	90	90	90	90	90	90
Y.4	Pearson Correlation	.114	.312**	.290**	1	-.039	.654**
	Sig. (2-tailed)	.284	.003	.005		.713	.000
	N	90	90	90	90	90	90
Y.5	Pearson Correlation	-.082	-.126	-.024	-.039	1	.285**
	Sig. (2-tailed)	.440	.237	.820	.713		.007
	N	90	90	90	90	90	90
Jumlah	Pearson Correlation	.540**	.512**	.645**	.654**	.285**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.007	
	N	90	90	90	90	90	90

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.685	6

### Uji Kolmogrov Smirnov

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.68191008
Most Extreme Differences	Absolute	.085
	Positive	.065
	Negative	-.085
Kolmogorov-Smirnov Z		.802
Asymp. Sig. (2-tailed)		.540

a. Test distribution is Normal.

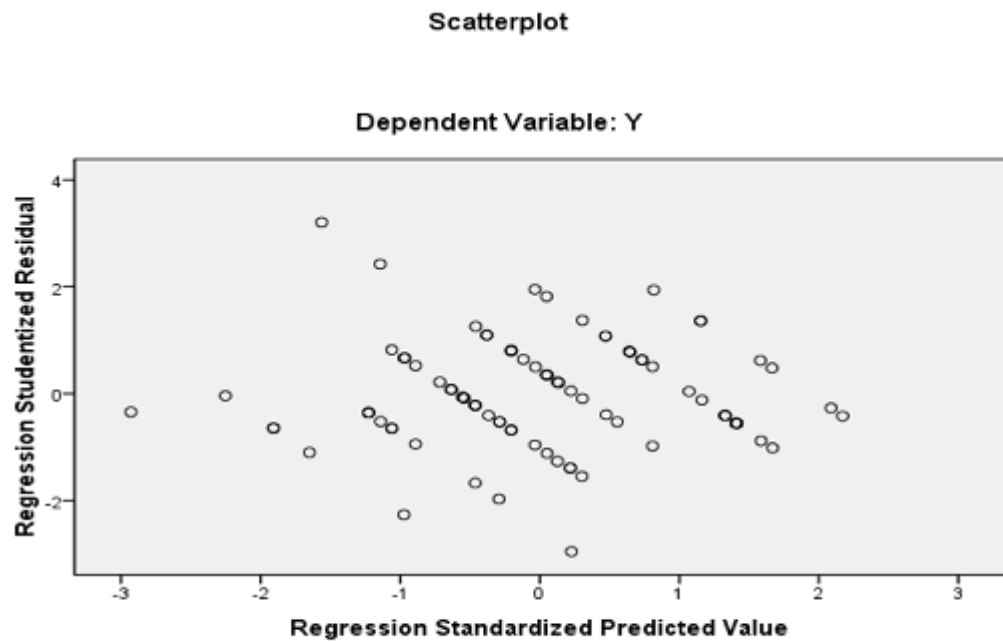
### Uji Multikolinieritas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.733	2.640		1.793	.076		
	X1	-.110	.059	-.122	-1.862	.066	.830	1.205
	X2	.075	.075	.063	1.006	.317	.906	1.104
	X3	.825	.060	.863	13.812	.000	.909	1.100

a. Dependent Variable: Y

### Uji Heteroskedastisitas



Regresi Linier Berganda

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.867 <sup>a</sup>	.752	.743	.694

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	125.515	3	41.838	86.942	.000 <sup>a</sup>
	Residual	41.385	86	.481		

Total	166.900	89			
-------	---------	----	--	--	--

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-4.927	2.441		-2.019	.047		
	X1	.099	.058	.093	1.703	.092	.968	1.033
	X2	.301	.058	.283	5.164	.000	.959	1.042
	X3	.809	.052	.846	15.671	.000	.990	1.010

a. Dependent Variable: Y



Gambar 1.1

Struktur Organisasi PT. BNI Syariah KC. Tanjung Karang Bandar Lampung

